

Mejoras a los procesos de reservaciones del Hotel Sánha Plus, con criterios de eficiencia

Jaime Junior Barrios Vargas

Código: 2014227016

Trabajo de grado para optar por el título de Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras

RUBEN DARIO SOSSA ÁLVAREZ

Tutor de prácticas profesionales

CINDY ESCOBAR VARGAS

Tutor empresarial

Universidad del Magdalena
Facultad de ciencias empresariales y económicas
Administración de empresas turísticas y hoteleras
Santa marta
2022

Contenido

Introducción.....	3
Generalidades de la empresa.....	6
Información del trabajo realizado.....	10
Propuesta	12
Nombre de la propuesta.....	13
Diagnóstico.....	13
Planteamiento o identificación del problema.....	14
Justificación	19
Objetivo general	20
Objetivos específicos	20
Referentes teóricos	21
Plan de acción	26
Resultados obtenidos.....	31
Autoevaluación	39
Recomendaciones generales	40
Conclusiones	40
Referencias.....	41

1. Introducción

El turismo, según la (Organización Mundial del Turismo, s.f) afirma que:

Es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

El turismo en Colombia ha venido en crecimiento durante los últimos años.

Teniendo en cuenta el último informe emitido por el DANE, el PIB turístico alcanzó 9,1 billones, siendo una representación de 4% del PIB general entre julio y septiembre del 2021. Así mismo esta cifra es la más alta registrada por el sector desde el año 2005.

Igualmente dentro de los pilares que destacan a Colombia como destino, es ofrecer productos y servicios de gran valor, las ofertas diversas, según los tipos de turistas, como lo es: turismo de aventura, turismo de naturaleza o ecoturismo, turismo religioso, turismo de sol y playa, corporativo, entre otros. (Ministerio de Comercio, 2021).

Por otro lado, el Magdalena, especialmente en Santa Marta teniendo en cuenta la reactivación económica luego de la pandemia, se consolida por ser uno de los principales destinos de visitas del país.

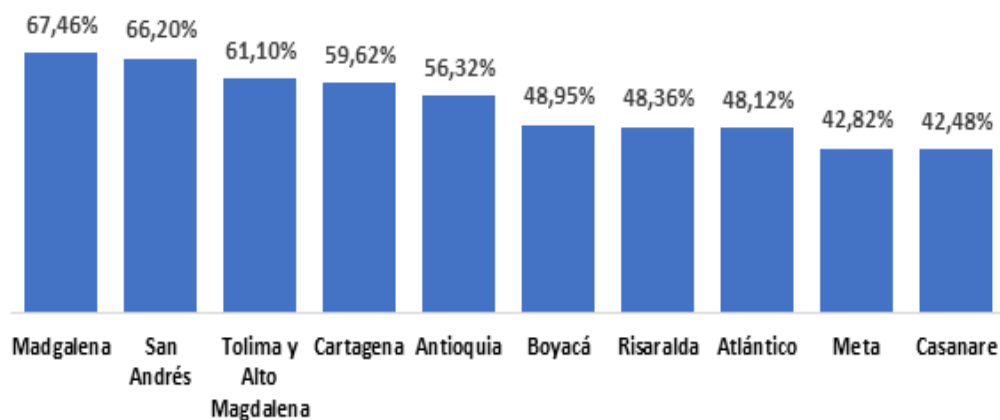
Según las estadísticas publicadas por (Asociación Hotelera y Turística de Colombia , 2021), Afirma:

Por regiones, Magdalena y Santa Marta registran la más alta ocupación, con un nivel de 67.46%, significativamente mayor al 0.26% de julio de 2020 y también

superior al 55.91% de julio de 2019. Con estos resultados, el Magdalena y Santa Marta se consolidan como el destino con mayor nivel de recuperación y el más demandado en este periodo.

Figura 1

Top 10 de los destinos con mayor ocupación hotelera- Julio de 2021.



Fuente: Sistema de Información Hotelera – SIH de COTELCO

Teniendo en cuenta lo anterior, la actividad hotelera para el turismo juega un papel importante dentro del crecimiento y la oferta turística, destacando los diferentes servicios ofrecidos dentro del mismo establecimiento, así mismo la existencia de diferentes tipos de alojamiento, como lo es: hostales, centros vacacionales, aparta-hotel, apartamentos, fincas rurales, camping, glamping, entre otros, los cuales aportan a la libre competitividad turística.

Dentro de un establecimiento hotelero existen diferentes áreas y procesos que aportan al funcionamiento y ejercicio de su actividad, estas están divididas en dos dependencias, operativa: que lo comprende las áreas de: recepción, mantenimiento

alojamiento y lavandería. Y administrativa: Gerencia, coordinación operativa, contabilidad, gestión humana, sistemas, comercial y reservas.

Dentro de los procesos designados para el área de reservas, se enfoca principalmente en la gestión de las reservas y la disponibilidad del Hotel, dentro de estos podría mencionarse, la recepción de solicitudes de reservas, ingreso de reservas individuales y de grupo al sistema, confirmación de las reservaciones, garantía de las reservas, controlar la disponibilidad, brindar información de las reservas confirmadas día a día al área de recepción, etc.

Por tal razón, el analizar cómo están funcionando los procesos dentro de una empresa, es de vital importancia, buscando identificar cuáles son las debilidades que se tienen, para luego realizar propuestas de cambios o mejora, con el ánimo de convertir esas debilidades en fortalezas, permitiendo el crecimiento e implementando el mejoramiento continuo como fuente importante de innovación y desarrollo para la empresa.

Recientemente esta área venía presentado una serie de problemáticas, lo cual hacía de su funcionamiento no fuera el mejor desempeño, afectando de manera directa la operación en general; siendo esta la razón por la cual se realizaron una serie de cambios en los procesos, en donde inicialmente se identificaron cuáles eran los puntos que generaban las problemáticas, para luego realizar las respectivas correcciones y mejoras, involucrando cambios en los procesos y la innovación en nuevas tecnologías.

Por ende, este trabajo de prácticas se llevó a cabo con la finalidad de analizar los cambios y mejoras que se realizaron en los procesos del área de reservas del Hotel Sánha

Plus, además sirve como soportes y evidencias de los beneficios y resultados que se pudieron obtener con la inversión e implementación de los cambios en sus procesos, así mismo a la población de interés, quedando como referente teórico la importancia de analizar y mejorar los procesos en sus empresas.

2. Generalidades de la empresa

El hotel Sánha Plus Oíl en el D.T.C.H. de Santa Marta departamento del Magdalena-Colombia está ubicado en el K 13 zona de pozos colorados en la vía al aeropuerto. El hotel hace parte de la razón social PLUS OIL SA, cuenta con excelentes atractivos ya que está localizada entre la Sierra Nevada, el mar y el mágico encanto del Caribe. Abrió sus puertas con solo quince habitaciones hace diez años y en la actualidad cuenta con 97 habitaciones, tres salones de reuniones con capacidad para más de 300 personas, 2 Torres, una compuesta de seis pisos conocida como Torre A y otra en proceso de crecimiento con un piso conocida como torre B. Se encuentra localizada al lado de la bomba de estación de servicio de combustibles Brío. Cuenta con restaurante, bar, gimnasio, sala de Spa, 2 piscinas; una para adultos y otra para niños además de una hermosa vegetación que adorna todo el Hotel.

Tabla 1

Aspectos legales, económicos y organizacionales

Práctica profesional en instituciones

<i>Razón social</i>	<i>PLUS OIL S. A</i>
<i>Nit</i>	<i>900190923-1</i>
<i>Representante legal</i>	<i>Jorge Hernán Medina Osorio</i>
<i>Teléfono de contacto</i>	<i>3114101380</i>
<i>Correo electrónico</i>	<i>gerencia@hotelsanhaplus.com</i>
<i>Departamento</i>	<i>Magdalena</i>

<i>Municipio</i>	<i>Santa marta</i>
<i>Dirección</i>	<i>K 13 vía aeropuerto sector pozos colorados</i>
<i>Teléfono</i>	<i>4380788- 4380729</i>
<i>Arl</i>	<i>Colmena</i>
<i>Grado de riesgo</i>	<i>II</i>
<i>Eps</i>	<i>Sanitas</i>
<i>Fondo de pensiones</i>	<i>Porvenir</i>
	<i>Colfondos</i>
<i>Estatuto jurídico</i>	<i>Privada</i>
<i>Constitución jurídica</i>	<i>S.a.</i>
<i>Actividad económica</i>	<i>5511 – alojamiento en hoteles</i>
	<i>Matricula mercantil</i>
	<i>00107337</i>

Aspecto Económico

En el año anterior el hotel, luego de levantarse la cuarentena por COVID-19, supero sus expectativas, obteniendo una ocupación promedio del 89.5%, además durante la temporada de fin de año (diciembre y enero) batió su récord histórico en ventas, las cifras ascendieron a los mil millones de pesos durante estos dos meses, sin contar con que los socios cuentan con más de 10 estaciones de servicio de combustible en todo el país y 2 en el extranjero.

Filosofía institucional.

Sánha plus hotel – Plus Oil s.a. encamina sus principios a la determinación objetiva en la prestación del servicio al cliente de modo que la calidad sea su mayor pilar de funcionalidad. El mayor enfoque es fortalecer la oferta turística y acoger las demandas como recursos humanos de calidad, calificados y capacitados para ofrecer un producto que satisfaga los requerimientos de los visitantes.

Misión. Satisfacer las necesidades de nuestros clientes y huéspedes superando sus expectativas, brindándoles productos y servicios de calidad y amigables con el medio ambiente a través de nuestros colaboradores, productos y servicios de calidad con la fiel convicción de que pronto volverán.

Visión. Hoteles de la Ciudad en el mismo nivel, siendo el mejor hotel en innovación y emprendimiento y ubicamos como el más seleccionado por nuestros turistas, basándonos en las grandes cadenas hoteleras a nivel nacional e internacional.

Dentro de los valores que identifican al hotel Sánha Plus Oíl como una empresa prestadora de servicio de alojamiento tenemos:

Honestidad. El Hotel Sánha Plus Oíl, tiene como pilar fundamental dentro de los Valores que aplican de forma interna y extra este valor, considerando que es el único que genera confianza a nivel de seguridad para sus visitantes.

Confianza. Es importante para el Hotel Sánha Plus Oíl, brindar a sus colaboradores la confianza para expresar sus opiniones e ideas a sus jefes, ya sea dentro de las reuniones que se realizan en el hotel o de forma informal en la ejecución de sus funciones diarias, con el fin de mejorar continuamente el funcionamiento de la empresa, además de permitir que el colaborador sepa su importancia dentro de los procesos que se realizan diariamente en el hotel.

Responsabilidad. El Hotel Sánha Plus Oíl, cuenta con un manual de reglas de comportamiento que debe seguir cada uno de los empleados dentro de las instalaciones del hotel y asumir la responsabilidad que implica el cumplimiento o no de cada una de ellas.

Higiene y Pulcritud. Debido a las exigencias de los clientes, la higiene y pulcritud es la columna vertebral de todos los hoteles y para el hotel Sánha Plus es indispensable para su buen funcionamiento.

Principios

El hotel Sánha Plus Oíl posee como base fundamental de su cultura organizacional una serie de principios morales que rigen nuestro actuar y cumplimiento misional: brindar un buen servicio a huéspedes y visitantes, brindar a nuestros empleados seguridad y buen ambiente laboral, ofrecer buenas tarifas de acuerdo con nuestros servicios, generar empleo a personas del sector, cuidado y protección del medio ambiente.

Política de Calidad

El hotel Sánha Plus Oíl se basa como punto principal dentro de sus parámetros de políticas de calidad en cuidar. Y promover el cuidado del medio ambiente, brindar satisfacción a sus clientes y ofrecer un servicio ético y profesional a sus visitantes.

Siendo imprescindible para su progreso crear una cuota de valor agregado necesario para diferenciar al Hotel Sánha plus de los demás hoteles del sector donde se encuentra localizado; perteneciendo al mercado hotelero, uno de los más competitivos, es determinante que sea la calidad quien diferencie y defina el tipo de servicio ofrecido por el Hotel a los visitantes nacionales y extranjeros con respecto a otras empresas dedicadas al alojamiento.

Objetivos de Calidad

Satisfacción de los clientes. Aumentar el grado de satisfacción de los clientes, tomando en cuenta sus necesidades y la opinión de los visitantes; para luego analizarlo y lograr una comprensión de lo que esperan encontrar en el hotel Sánha plus. Con el fin de cumplir sus expectativas y ayudar al hotel a obtener beneficios económicos, como recompensa al arduo trabajo e inversión en el sistema de administración de calidad.

Aumento de la productividad. Se pretende alcanzar aumento en la productividad alcanzada tras la evaluación inicial antes de la implementación del sistema, así como también de la mejora en la capacidad y calificación de los empleados; disponiendo de mejor documentación o de un control de procesos, para poder lograr una estabilidad en el desempeño, reducir la cantidad de desperdicio y evitar la repetición del trabajo.

Inclusión en la participación de la parte administrativa y operativa. Debido a la exigencia que impone la norma ISO 9001, las organizaciones tienen la obligación de participar en el diseño de la política de calidad y de los objetivos de calidad, debe revisar los datos del sistema de gestión de calidad, con el fin de lograr tomar las medidas necesarias para asegurarse de que se cumplan los objetivos de calidad, establecer nuevas metas y lograr un progreso continuo trabajando de la mano el área administrativa y operativa del hotel.

3. Información del trabajo realizado

3.1 Descripción del área de trabajo.

El área de reservas del Hotel Sánha Plus se encuentra contemplada dentro del organigrama como un área administrativa, la cual está bajo el dominio de la coordinación operativa, siendo el coordinador de reservas la persona encargada de esta área. Se encuentra localizada en la torre B, en la oficina de mercadeo y ventas, en la cual se localiza el puesto de trabajo de la ejecutiva de ventas y el coordinador de reservas. Posee mobiliarios como: aire acondicionado, escritorio, silla de trabajo, papelería. Además, equipos tecnológicos como: computador, teléfono, calculadora e impresora.

3.2 Descripción de las actividades asignadas.

El cargo de coordinador de reservas es la persona encargada de esta área, el cual tiene responsabilidades propias en la que involucra la operación, el servicio, la economía y el crecimiento de la empresa, sus principales actividades son:

- Recepción de las solicitudes de reservas realizadas al hotel
- Controlar el registro de huésped
- Reservas individuales
- Reservaciones de grupos
- Reservaciones de empresa y agencias
- Procedimientos para la confirmación de las reservas
- Gestionar eficientemente de la disponibilidad del hotel
- Controlar de ocupación según el inventario
- Solicitud de un depósito o carta de garantía
- Llamada de confirmación de reservas con el fin de liberar o reconfirmar las

habitaciones

- Asignar habitaciones, según solicitud.
- Cumplir con todos los requisitos, documentación y formatos definidos en sus

procesos para el mejoramiento continuo del SGC.

- Realizar los cobros virtuales a las tarjetas de crédito de las reservaciones

realizadas por portales web

- Entregar al área de recepción las reservas efectivas día a día.
- Contestar los requerimientos y solicitudes del WhatsApp, Instagram y

Facebook

- Concretar ventas por llamadas, WhatsApp y redes sociales

- Supervisar información y tarifas en OTA's

4. Propuesta

Proponer la modificación de los procesos del área de reservas del Hotel Sánha Plus, tales como: proceso de reservas para agencias y empresas, procesos de reservas en portales web, modificación de la carta de confirmación de la reserva, los cuales son pertinentes para el mejoramiento en los servicios, buscando se logre mayor eficiencia y aportes al crecimiento económico dentro de la empresa.

Por consiguientes, los cambios que se realizarían serian de la siguiente manera:

Proceso de reservación de empresas y agencias:

Cambiar la secuencia del proceso; inicialmente las solicitudes de reservaciones son recibidas por el área comercial, la cual, luego envía la confirmación de la reserva al cliente con copia al área de reservas, para luego ser ingresada al sistema según la información especificada en la confirmación.

El cambio consiste en que inicialmente la solicitud llegue directamente al área de reservas, ingresarla al sistema y luego enviar la confirmación de la reserva al cliente con copia el área comercial, de esta manera establecer un solo canal de información, eliminado los errores en la desinformación.

Proceso de reservación en OTA's:

Implementación del sistema doble vía (TWO-WAY); el cliente realiza la reservación por cualquier medio web, luego llegue la confirmación de la reserva al área de reservaciones, en donde luego es ingresada manualmente al sistema; con la

implementación del TWO-WAY se encarga de ingresar la reservación directamente al sistema, eliminando por completo el procedimiento manual. Solo se trata de verificar con la confirmación que llega al correo, que ésta haya ingresado correctamente.

Otro de los cambios es la confirmación de reserva, en la cual se busca que se realice de una manera más formal, en un formato de carta, buscando plasmar la información más clara y completa de los servicios adquiridos.

4.1 Nombre de la propuesta.

Mejoras a los procesos de reservaciones del Hotel Sánha Plus, con criterios de eficiencia

4.2 Diagnóstico.

Hotel Sánha plus SA, es una empresa prestadora de servicios turísticos en la ciudad de Santa Marta que se constituye por prestar servicios como alojamiento, restaurante, parqueadero, piscinas familiares, gimnasio, spa y servicios corporativos, buscando así prestar un excelente servicio a los turistas internacionales, nacionales y locales.

Actualmente esta empresa cuenta con las siguientes áreas: recursos humanos, reservas, recepción, operativa y calidad, contable, comercial, alojamiento y lavandería, mantenimiento, sistema y gerencia. También cuenta con programas en bienestar y salud.

En la actualidad el área de reservas de un hotel juega un papel importante dentro del funcionamiento y operación, es allí donde se recibe y se tramita el hospedaje del huésped que visitará las instalaciones durante su estancia en el hotel, así mismo en algunas ocasiones es el primer contacto de los clientes, tanto directos, como también aquellas empresas y agencias que desean realizar una reservación en el establecimiento.

El presente diagnóstico se realizó con el fin de conocer las problemáticas y las necesidades que son más prevalentes para el área de reserva del hotel. Este proceso se llevó a cabo por la aplicación de distintas técnicas de observación y la entrevista semiestructuradas generando un acercamiento y una mejor comprensión de la realidad. Basándose en la información suministrada, en la que se encontró, que esta área estaba teniendo algunas problemáticas en los procesos que se estaban implementando, en la que se podría mencionar como desactualizado y poco eficientes, que repercutían sobre el funcionamiento eficaz de la operación en general, viéndose resultados poco favorables.

4.3 Planteamiento o identificación del problema

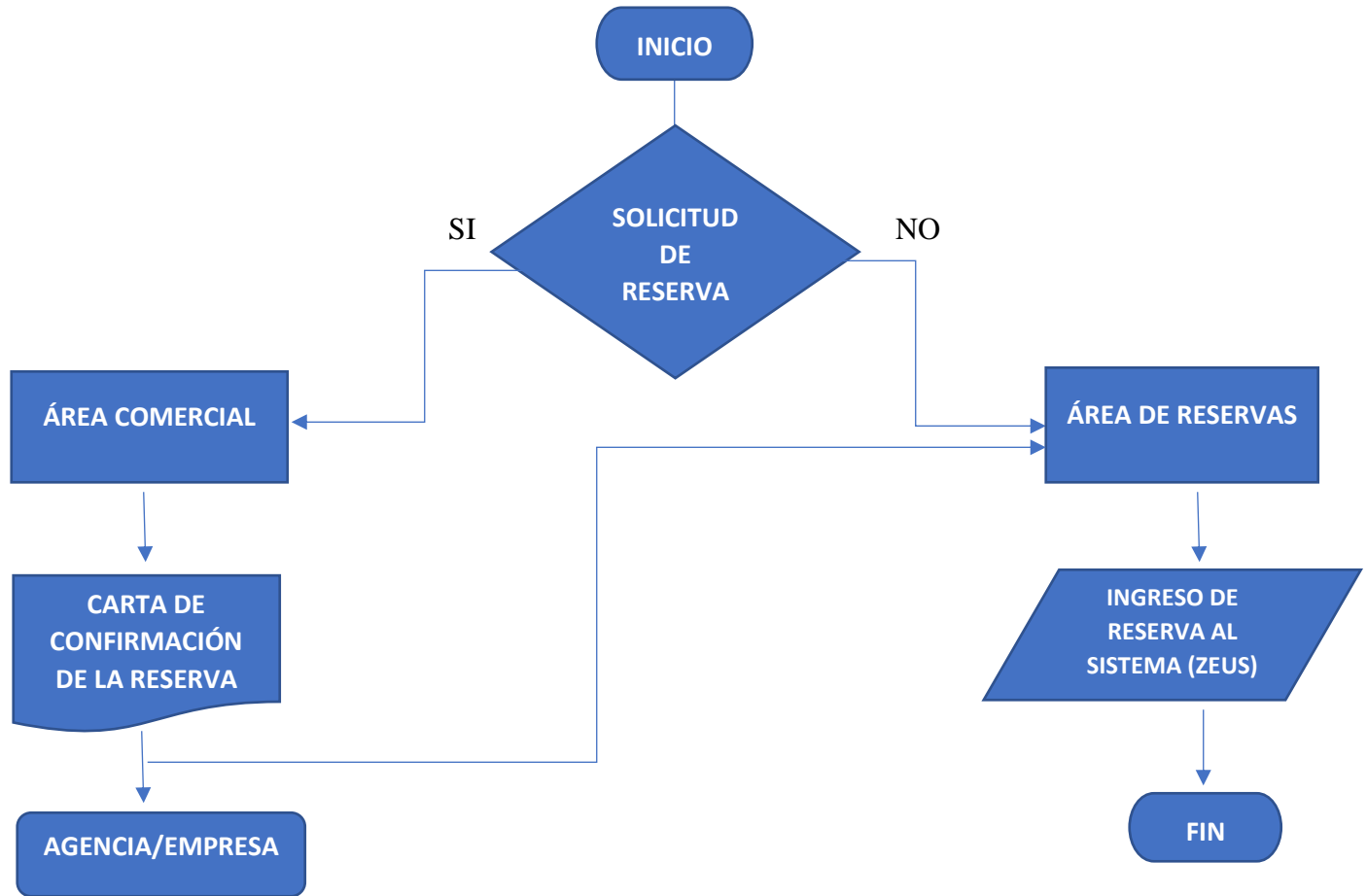
Los procesos de reservas del Hotel Sánha Plus venía operando de forma manual y poco sistemática, en donde el proceso de ingresar las reservaciones al sistema se convertía en algo tedioso y de mucho esfuerzo, además, esta acción consumía la mayor parte del tiempo, en la que se podría emplear para otras funciones que también son parte responsable del área de estudio.

Por otro lado, los procesos estipulados generaban algunas incongruencias en la información, de modo que al momento del huésped realizar el registro, podrían encontrarse situaciones en la que la información de la reserva no era la correcta, la reservación no contaba con los soportes necesarios, no contaba con los pagos correspondientes, y en el peor de los casos no aparecía la reservación en sistema, todo esto sucedía por la mala secuencia y la forma en la que estos procesos se realizaban.

Por consiguiente, explicaremos con un diagrama de flujo de procesos, tratando de demostrar cómo eran los procesos y por qué presentaban estas problemáticas.

Figura 2

Proceso de reservas de Agencias y Empresas.



Fuente: Elaboración propia (2022)

Inicialmente la agencia o empresa realizaba la solicitud al área comercial, luego esta área realizaba la carta de confirmación de la reserva, la enviaba al cliente con copia al área de reservas, y era justo en este punto donde se presentaban la desinformación, en algunos casos la información no era clara, información incorrecta, mal liquidada, y esto generaba modificaciones la cual era realizada por el área comercial y finalmente la información no era coherente con lo solicitado. Luego el área de reservas ingresaba la reservación al sistema, basándose en la carta de confirmación enviada.

Figura 3***Proceso de reservas de Online Travel Agency (OTA)***

Fuente: Elaboración propia (2022)

Inicialmente la reservación era realizada por el cliente desde el portal web (BOOKING, EXPEDIA, DESPEGAR, PRICE TRAVEL etc.) luego llegaba la confirmación de la reserva al correo electrónico de reservas, para más tarde ser ingresada al sistema de forma manual.

Con este proceso se encontraron diferentes problemáticas:

1. Uso del tiempo: El ejercicio de ingresar estas reservaciones al sistema de forma manual consumía el mayor tiempo para esta área, dado que en ese momento aproximadamente el 50% de las reservaciones que llegaban eran por medio de estos portales web.

2. Datos erróneos: Dado que el proceso se realizaba de forma manual, en muchos casos se trataba de realizar de la forma más rápida buscando minimizar el mayor tiempo posible, esto ocasionaba que al momento de ingresarse la información no fuera acorde, y por ende se presentaban inconvenientes al momento del registro.

3. En todo tiempo: En muchas ocasiones estas plataformas son utilizadas para realizar reservaciones para el mismo día, o de último minuto, lo cual cuando se salía del horario laboral e ingresaba una reservación en horas de la noche o durante un fin de semana, no era posible que el área de reservas ingresara la reserva, por tal razón recepción no contaba con la información a la mano, lo que para los huéspedes se convertía en algo molesto y poco organizado, que al momento del check-in no estuviera su reservación y en ese momento empezar a ubicar el medio por el cual fue realizada.

Figura 4

Formato confirmación de reserva

HOTEL SANHA PLUS						
FECHA SOLICITUD	11-02 - DE 2022	# SOLICITUD	221047		Ejecutiva	MAESTRE
EMPRESA		SOLICITA RESERVA		CIUDAD	EJECUTIVO	
TRAVEL CLUB CARD		Susan Parra Ejecutiva de convenios y reservas. travelclubcard@gmail.com		BOGOTA	AILDA	
Día de Llegada	Día de Salida	NOCHES	#DE PERSONAS	HABITACIONES	Plan Alimentacion	
20.22/04/18	20.22/04/21	3	2	1	PAM	
ADULTOS	NIÑOS (5-11 AÑOS)	INFA.(0-4 AÑOS)	HABITACIONES			
2	0	0	UNA HABITACION DOBLE			
NOMBRE PASAJEROS	Reprogramar No. de Pax..... 2 Pax / 2 adultos /habitación doble / 3 noches 4 días/ Fecha de Llegada.....Lunes 18 Abril 2022 Fecha de Salida..... Lunes 21 Abril 2022 Plan de alimentación desayuno y cena. A nombre de : Edvard fray Rodríguez Sánchez CC. No. 91.485.831 Liceth yuliana Vasco Arenas CC. No. 32354913				TEMPORADA SUPER BAJA	
SERVICIOS CONFIRMADOS	SERVICIO DE : ALOJAMIENTO/DESAYUNO /CENA					
OBSERVACIONES						
PLAN PAM INFANTEDE 0 A 3 AÑOS ES GRATIS EN ALOJAMIENTO PAGANDO LOS CONSUMOS DE ALIMENTACION						
POLÍTICA DE CANCELACIONES : 5 días antes de fecha de llegada al hotel o se cargará el 100% del costo de una noche. CARGOS DE NO SHOW : En caso de no cancelación o No llegada del Huésped (No Show), la tarjeta de crédito en garantía, será cargado el valor total de una noche por persona por el valor total de pasajeros.						
VALOR TOTAL DE LA RESERVA		HABITACION		CONF.DE RESERVA		
\$ 570.000		UNA HABITACION DOBLE		0		
FORMA DE PAGO						
% COMISION	TRANSFERENCIA	DEPOSITO	PAGAR EN EL HOTEL	CXC	ENVIAR FACTURA	
		\$ -			SI	
FACTURAR A NOMBRE DE:						
DIRECCION DE LA EMPRESA						
NIT DE LA EMPRES /0 CEDULA						
TARIFA POR NOCHE POR HABITACION						
	HAB. SENCILLA	HAB. DOBLE	HAB. TRIPLE	HAB. CUADRUPLE	NIÑOS (6-10 AÑOS)	
NETA X NOCHE		\$ 190.000				
IVA 19% POR NOCHE						
# HABITACIONES		1				
# NOCHES		3				
TOTALES	\$ 0	\$ 570.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
Kilometro 13 Sector de Pozos Colorados - SantaMarta: Cel. (57) 315 7570764 // (57-5) 4380788 - 438 0793 - comerciasmr@hotelsanhaplus.com - reservassantamarta@hotelsanhaplus.com						
www.hotelsanhaplus.com						
PAGO ANTICIPADO						
POLÍTICA DE PAGO:						
Para garantizar su Reserva Hotelera, es necesario valor total de la misma, En nuestra CUENTA CORRIENTE DE BANCOLOMBIA N° 51761326797, A NOMBRE DE PLUS OIL S.A. - Nit 900.190.923-1 Enviar SOPORTE DE PAGO a E-Mail comerciasmr@hotelsanhaplus.com -Con el fin de aplicar su pago en nuestro sistema Enviar copia escaneada de la consignación, para su respectiva conciliación bancaria, vía mail. Esta pre- factura de venta se asimila en todos sus efectos legales a letra de cambio (artículos 621-671-772-773-774-793 y 905 del código de comercio). Se hace constar que la firma de una persona distinta del comprador implica que dicha persona se entiende autorizada expresamente por el comprador para firmar y obliga al comprador al tiempo que constituye entrega real y material.Esta factura causará interés de mora a partir de su vencimiento a la tasa vigente. Impreso por Plus Oil S.A. con nuestra solución de software En espera del soporte de Consignación. Para el Ingreso de los pasajeros es necesario el soporte de pago						

Fuente: Hotel Sánha Plus (2022)

Este era el formato utilizado para la confirmación de la reserva, la cual lo diligenciaba y enviaba el área comercial, en donde evidentemente se pude apreciar a simple vista lo denso que se encuentra la información, así mismo detallando se puede

percibir lo complicado y el tiempo que debe emplear en llenar este formato, por otro lado, se evidencia que en muchas celdas se encuentra información repetida e innecesaria, lo cual puede confundir al receptor y así mismo al área de reservas.

Entre las principales problemáticas que se efectuaban con referente a este formato era precisamente, lo dificultoso que se le hacía de llenar cada una de las celdas con la información pertinente, y el tiempo de consumo en realizar este ejercicio, en consecuencia, por querer disminuir el mayor tiempo posible, el área comercial lo digitaba de la forma más rápida posible, lo cual ocasionaba los errores en la digitación y así mismo esta información era llevada al sistema, según lo plasmado.

Por otro lado, en la parte superior central, se encuentra el número de solicitud, lo que para el cliente se traduce en el número de confirmación de la reserva; el consecutivo de este número era llevado de forma manual, lo que en muchos casos se repetía o no era acorde a la secuencia, produciendo confusión al momento de indagar sobre las reservas según el número de su solicitud.

5. Justificación

En la actualidad el analizar los procesos que se están llevando a cabo en cada una de las áreas de la empresa, juega un papel importante para la identificación de aquellas debilidades y fortalezas en los procesos que se están ejecutando, así mismo, de esta manera poder formular propuestas de cambios, buscando así, ir mejorando estos procesos siempre con la finalidad de la eficiencia en el desarrollo de las actividades.

Por consiguiente, resulta de interés esta investigación, debido a que nos permite analizar y aportar conceptos claros de cómo realizar esos procedimientos que buscan el

mejoramiento continuo, logrando así, la eficiencia y eficacia de las transformaciones y a su vez generando progreso en las diferentes áreas de la organización.

Es de gran importancia la realización de esta, para dicha empresa porque le permite a la compañía un amplio conocimiento de los alcances de dichos procedimientos, como, por ejemplo, si la estrategia aplicada se adapta a las necesidades, si los proveedores son los adecuados, entre otros. De igual manera nos permite evaluar el costo-beneficio de la mejora en los procesos realizados anteriormente en esta.

Con el propósito de que la organización pueda contar con fundamentos teóricos, se busca a través de una evaluación comparativa, contribuir a que se puedan contrastar la eficacia de los procesos y estrategias aplicados anteriormente y los beneficios en la actualidad.

Finalmente, esta investigación es viable, debido a que se cuenta con los recursos más importantes para su realización, como la información requerida por el hotel Sánha Plus SA, los equipos tecnológicos.

6. Objetivo general

Presentar los procesos de reservaciones con criterios de eficiencia para el Hotel Sánha Plus.

6.1 Objetivos específicos

- Identificar los cambios en los procesos que ha tenido el área de reservas, durante los últimos tiempos.
- Evaluar los resultados de los cambios realizados en los procesos (económicos, de servicios, eficiencia y tiempo)

- Reconocer la importancia de analizar los procesos, para la implementación de la mejora continua.

7. Referentes teóricos

El turismo es una de las actividades más dinámica, por eso según (turístico, s.f) hace referencia a que son “las acciones que realizan los visitantes a un destino turístico. Engloba todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista”.

Según (Pulido, 2022) define las Reservas de alojamiento “En turismo, acuerdo entre cliente y proveedor según el cual el primero se compromete a pagar un precio determinado por un producto o servicio al segundo”.

Los procesos de mejora hacen referencia, a las prácticas constantes y progresivas, brindando a la organización ventajas competitivas. A su vez permite invertir en recursos tanto humanos como tecnológicos (App, páginas web, programas, entre otros) que buscan un mejor desempeño en la calidad de los servicios prestados.

La creación de procesos de mejora dentro de la organización es parte vital para el funcionamiento general de la empresa. La gestión de dichos procesos es una de las tendencias que actualmente se evidencia en la gestión empresarial moderna en la que se constituye, cuya efectividad para toda la organización depende de sus procesos empresariales, los cuales tienen que estar alineados con la estrategia, la misión y los objetivos de la institución y, detrás del cumplimiento de un objetivo, se encuentra la realización de un conjunto de actividades que, a su vez, forman parte de un proceso. (Medina, et al, 2020).

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante realizar mejoras continuas, pues son la parte fundamental para la operación de los hoteles, pues buscan la optimización de los servicios y procesos, logrando así un avance hacia la excelencia y la perfección. Al descubrir las necesidades futuras de los clientes y conocer su satisfacción por el servicio prestado, se pueden llevar a cabo los procesos de mejora constante. (Argüelles Hernández, 2019)

Argüelles, C (2019) afirma que:

Los beneficios que se derivan de los procesos de mejora son: la disminución de recursos (materiales, personas, dinero, mano de obra, etc.), aumentando la eficiencia, se disminuyen tiempos, aumentando la productividad, se disminuyen errores, ayudando a prevenirlos, se ofrece una visión sistemática de las actividades de la organización.

Así mismo, la actividad de mejora parte de analizar los procesos que actualmente se usan dentro de la organización buscando principalmente la eliminación de las actividades que no aportan valor añadido; pero otros pueden ser, la formación y desarrollo de los individuos y, en especial, de sus competencias. (Medina, et al, 2020)

El realizar un análisis de los procesos dentro de la organización en donde se pueda tener una visión del presente, el pasado y el futuro, con referente a esos procesos que a lo largo se han ido implementando y mejorando, permite a la empresa ir definiendo el camino por donde se debe seguir trabajando.

(Sydle, 2022), indico algunos puntos que se deben tener en cuenta al momento de realizar un análisis de procesos:

El objetivo, si está de acuerdo con las metas establecidas en la planificación estratégica; los recursos, si las tecnologías utilizadas y los recursos financieros y humanos son acordes y están actualizados; los costos y el tiempo, si hay formas de reducir costos y ganar tiempo en las operaciones; el rendimiento, qué problemas tiene el equipo durante la ejecución; la calidad, las formas de mejorar la calidad de las entregas, entre otras.

Para ello, se llevan a cabo entrevistas, recopilación de datos, simulaciones y modelados, así como técnicas de análisis, como el FODA y el benchmarking.

Actualmente existen diferentes definiciones con respecto al concepto de la palabra benchmarking, y su definición depende directamente de los conocimientos particulares adquiridos, en consecuencia, compartiremos tres diferentes definiciones:

Para (Cobo, 2009) afirma que benchmarking “es una metodología que proporciona un enfoque comparativo y lógico orientado a comprender y evaluar de manera objetiva las fortalezas y debilidades de un determinado objeto de estudio.

Así mismo para American Productivity & Quality Center, APQC citado por (Intxaurburu & Ochoa, 2005):

Un proceso de medición continuo y sistemático, que mide y compara continuamente los procesos empresariales de una organización contra los procesos de los líderes de cualquier lugar del mundo (siempre y cuando exista una compatibilidad entre las empresas que realizan dicho estudio) para obtener información que ayude a la organización a desarrollar acciones que mejoren su performance.

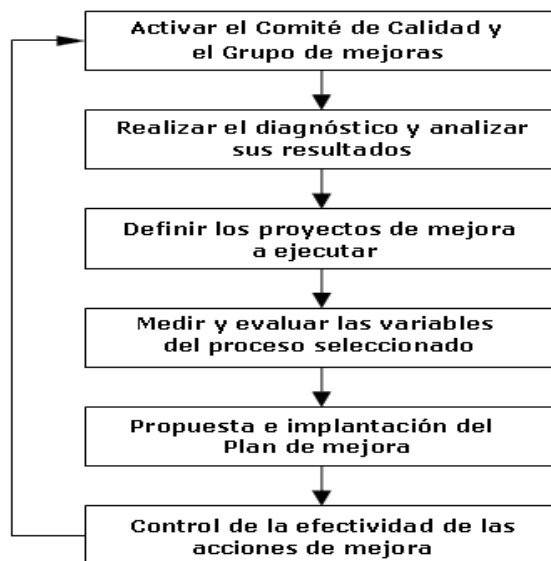
Otra de las definiciones encontradas en este mismo documento

Spendolini, 1992, citado (Intxaurburu et al, 2005) alude que es un “Proceso sistémico y continuo para evaluar productos, servicios y procesos de organizaciones reconocidas como representantes de las «mejores prácticas» con el propósito de la mejora organizacional.

Por otro lado, otra de las metodologías para la realización del cambio e implementación de la mejora en los procesos, pues existen diferentes metodologías las cuales se pueden implementar, como por ejemplo (Gutiérrez, 2001. Citado por: López z, Michelena E. 2012). Propone la metodología llamada seis sigmas, la cual consta de seis puntos importantes relacionados a continuación

Figura 5

Procedimiento para la mejora continua del proceso



Fuente: López et al, F.02 de agosto (2012)

Para Mompó et al (2020) afirma que:

Es importante mencionar que esta metodología cuenta con dos tipos de ciclos (PDCA Y DMAIC) los cuales se aplican según la necesidad y la problemática

Tabla 2

Diferencias entre el ciclo PDCA y DMAIC

PDCA	DMAIC
Planificar	Definir
	Medir
	Analizar
Hacer	Mejorar
Verificar	Controlar
Actuar	

Fuente: Mompó et al (2020)

Además, las diferencias más significativas entre estos dos ciclos, radica en que mientras el ciclo PDCA en sus dos primeras fases (planificar y hacer) se define lo que hay que hacer, el ciclo DMAIC define además de lo que hay que hacer, el cómo se hace, por esta razón se puede decir que el ciclo DMAIC es mucho más completo y se obtiene mejores resultados, y suele tener un tiempo más largo en su aplicación.

8. Plan de acción

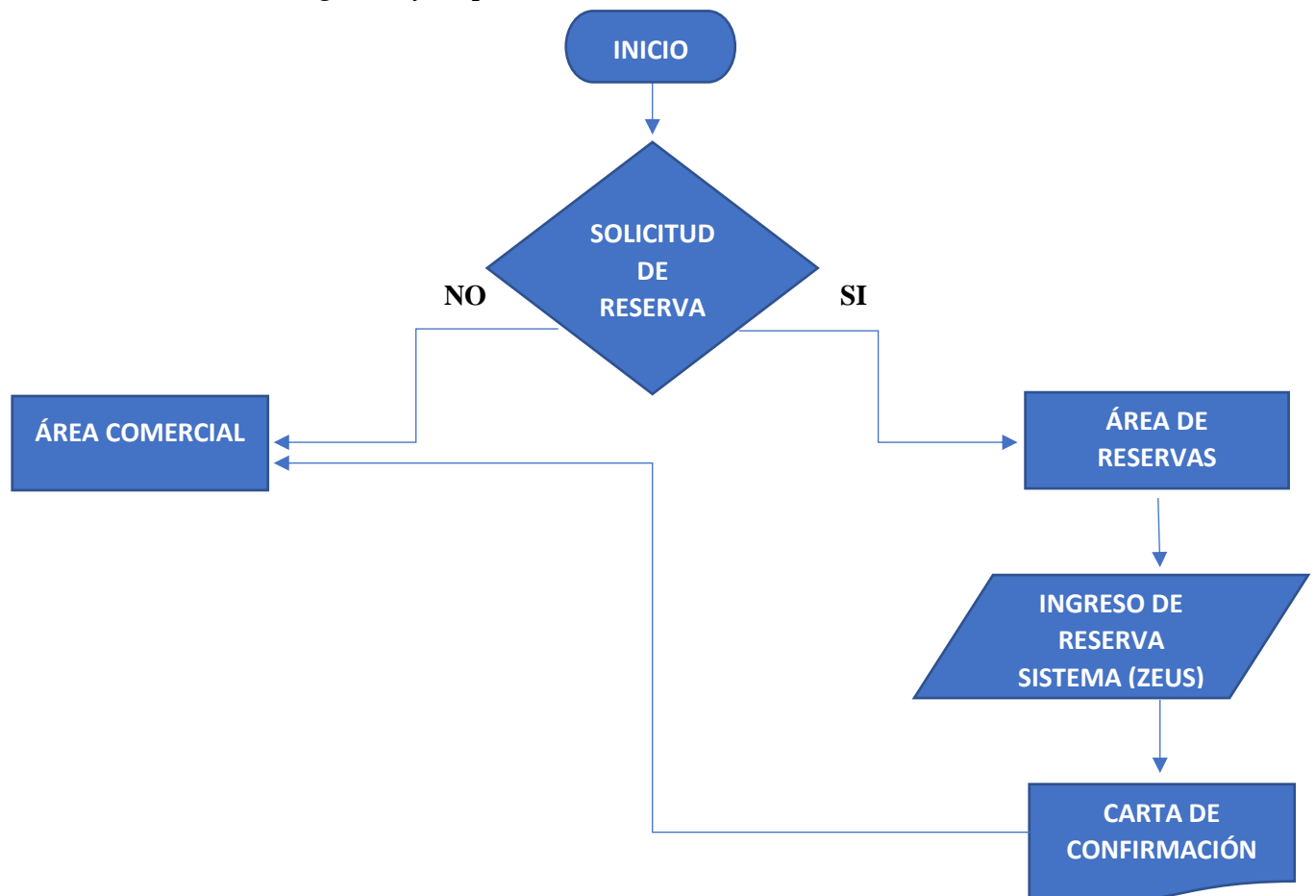
Teniendo en cuenta cada una de las problemáticas identificadas en el planteamiento del problema, se realizaron una serie de correcciones, buscando dar soluciones a estos puntos débiles por los cuales el área de reservas estaba pasando, mejorando sus procesos, a su vez mejorando la experiencia de sus clientes.

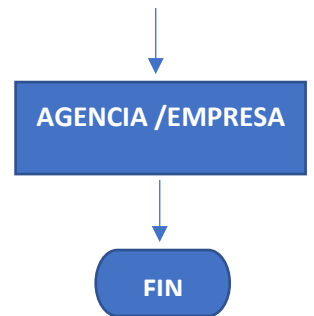
Teniendo en cuenta lo anterior, se realizó una serie de cambios en los procesos según puntos débiles plasmados en el planteamiento del problema, buscando soluciones asertivas que logran el mejoramiento en el rendimiento de los procesos para esta área.

Por consiguiente, mediante el flujo de procesos mostraremos como se cambió la simétrica de los procesos generando soluciones para los puntos débiles encontrados.

Figura 6

Proceso de reservas de Agencias y Empresas.





Fuente: Elaboración propia (2022)

Partiendo del direccionamiento de la solicitud de reserva realizada por la empresa o agencia, llegue directamente al área de reservas, luego ingresar la reserva al sistema según las especificaciones dictadas por el cliente, posteriormente enviar la carta de confirmación de la reserva al cliente y al área comercial para que conozcan de la venta realizada, buscando en primera instancia mitigar la desinformación y los errores en las reservas ingresadas por este medio, direccionando la información por un solo canal.

Figura 7

Proceso de reservas de Online Travel Agency (OTA)




Fuente: Elaboración propia (2022)

El principal problema identificado de las reservaciones realizadas por canales web, era el alto consumo del tiempo, dado que se debía ingresarla manualmente, por esta razón se implementó el sistema doble vía (two-way), enlazado entre el motor de reserva (Omnibeas) y el sistema hotelero (Zeus).

Con este sistema la reservación realizada por el cliente en las OTA's es recibida y procesada por el motor de reservas, para luego ingresarse automáticamente al sistema hotelero, eliminando la necesidad de ingresar la reserva manualmente, teniendo como beneficios principales el aprovechamiento del tiempo, digitación de la información correcta y, por último, funciona en todo momento.

Figura 8

Formato confirmación de reserva



Santa Marta 11 abril 2022

Apreciados señores: **TRAVEL CLUB CARD**

Reciba un cordial saludo del HOTEL SANHA PLUS.

Amablemente nos permitimos confirmar su reservación de la siguiente manera:

Titular de la reserva:		EDVARD RODRIGUEZ		Numero de confirmación		016482	
Llegada	18/04/2022	Salida	21/04/2022	# personas	2	PLAN	PAM
ESPECIFICACIONES	HAB. SENCILLA	HAB. DOBLE		HAB. TRIPLE		HAB. CUADRUPLE	
Tarifa x noche	\$	\$ 190.000		\$		\$	
# Habitaciones		1					
# Noches		3					
TOTALES	\$	\$ 570.000		\$		\$	
Forma de pago	PAGO ANTICIPADO			TOTAL, A PAGAR			
				\$ 570.000 COP			

Planes de alimentación.

- PE: SOLO ALOJAMIENTO
- PCDA: DESAYUNO INCLUIDO.
- PAM: DESAYUNO Y CENA INCLUIDO.
- PA: DESAYUNO, ALMUERZO Y CENA INCLUIDO.

Políticas de cancelación

En caso de solicitar cancelación, esta debe realizarse 5 días antes de la llegada, o se cargará el 100% del total de la reserva.

Cargos por no show/

En caso de no cancelación y no presentación del huésped, se estará cobrando el total de una noche como penalidad, ya sea en la tarjeta registrada como garantía, o en el pago anticipado realizado.

**REGISTROS****CHECK-IN:** 03:00 PM **CHECK-OUT:** 1200 PM**DESAYUNO:** 06:30 AM - 10:00 AM.**ALMUERZO:** 12:30 PM - 03:00 PM**CENA:** 06:30 PM - 10:00 PM**SERVICIOS**

- PISCINA
- GIMNASIO
- RESTAURANTE
- BAR
- RECEPCIÓN
- WIFI
- CAJA DE SEGURIDAD
- MINI BAR
- PARQUEADERO
- SPA
- TRANSPORTE INCLUIDO A PLAYA DE BELLO HORIZONTE Y RODADERO EN HORARIOS PUBLICADOS EN RECEPCIÓN

HORARIOS

10:30 am – 8:00 pm

05:30 am – 09:00 pm

06:30 am - 11:00 pm

10:30 am - 11:00 pm

24 horas

PERDIDA, DAÑOS O PERJUICIO

En caso de presentarse pérdida, daños o perjuicios correspondiente al patrimonio del hotel, el huésped deberá asumir el valor total correspondiente.

SÁNHA PLUS HOTEL**SANTA MARTA: KILOMETRO 13 VIA AEROPUERTO – SECTOR POZOS COLORADOS.****RESERVAS: 321 848 2257****RESERVASSANTAMARTA@HOTELSANHAPLUS.COM**

Fuente: Hotel Sánha Plus (2022)

Esta confirmación de reserva es un documento en Word en forma de carta, la cual después de su diligenciamiento, se exporta a PDF para luego ser enviada al cliente. Los beneficios que se tienen con esta confirmación de reserva, es principalmente la formalidad, y la claridad en la información, así mismo el fácil diligenciamiento para el

ahorro del tiempo. Estipulando de forma clara y coherente la información de la reserva, luego de ser ingresada en el sistema.

La forma de diligenciar este formato es únicamente llenar el recuadro con los datos de la reserva, en donde toda la demás información es general, para todos los clientes; así mismo uno de los puntos importantes en los que se corrigió es el número de la confirmación de la reserva, la cual es el mismo número de confirmación del sistema, eliminando los errores de consecutivos, siendo coherentes al momento de la búsqueda de la información para cada reservación.

9. Resultados obtenidos

Durante el tiempo como Coordinador de Reservas se han realizado algunas modificaciones y mejoras con respecto a los procesos que anteriormente se estaban llevando en el área, y que ahora se manejan de una forma más eficiente y eficaz, Teniendo en cuenta cada uno de los cambios que se realizaron, los cuales fueron plasmados en el plan de acción, se tuvieron resultados muy favorables para esta área, mejorando drásticamente su rendimiento, ahorro del tiempo, información asertiva y los resultados en la gestión de sus funciones.

Teniendo en cuenta el plan de acción, trabajando en cada una de las problemáticas se obtuvieron los siguientes resultados:

- Con respecto a las reservaciones de agencias y empresas, se logró una única ruta de reservación, siendo más asertivos al momento de la recepción de la solicitud, eliminando los errores de información en las reservas, así mismo enfocando la trazabilidad de la información por un mismo departamento.

- Para las reservaciones por OTA, teniendo en cuenta la implementación del sistema doble vía TWO-WAY, elimina por completo la digitación de la reserva manualmente, teniendo un ahorro del tiempo significativo, el cual puede ser utilizado para el fortalecimiento de otros procesos.

- Con la modificación de la confirmación de la reserva, se obtuvo una mejor estética, siendo más formales y profesionales, además, se brinda claridad en la información, así mismo un fácil diligenciamiento, disminuyendo el tiempo empleado para esta actividad.

Por otro lado, entre los resultados más significativos figura el notable aumento de las ventas que se realizan desde esta área; el área de reservas tiene a su cargo la atención y venta por medio de redes sociales (Instagram y Facebook), WhatsApp y llamadas directas. Esto es en efecto consecuencia del ahorro del tiempo con los cambios realizados, permitiendo dedicar mayor tiempo en atender estos clientes que los contactan por cualquiera de estos medios.

Teniendo en cuenta lo anterior, este es el historial de las ventas en los últimos meses, referente al periodo de transición de los cambios realizados.

Tabla 3

Ventas mes de febrero 2022



SANHA PLUS HOTEL
Ventas de Ejecutiva por Agencias
Oficina



Página: 1 de 1
 Fecha: 2022.07.08
 Hora: 17:04:51
 Corte: 2022.07.08

20220201 - 20220228

SANHA PLUS HOTEL

Agencia	# Noches	# Personas	% Noches	Vir Habitación	Vir Prom. Hab
001 SMR SANHA PLUS HOTEL					
008 RESERVAS					
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	4	100.00	360,000.00	180,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	3	4	60.00	515,000.00	171,666.66
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	5	16.66	300,000.00	300,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	3	7	33.33	585,000.00	195,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	2	18.18	400,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	2	8.33	180,000.00	180,000.00
REDES. INSTAGRAN-FACEBOOK	1	3	7.69	210,000.00	210,000.00
REDES. INSTAGRAN-FACEBOOK	1	3	7.14	180,000.00	180,000.00
REDES. INSTAGRAN-FACEBOOK	1	4	6.66	250,000.00	250,000.00
WHATSAPP	1	3	6.25	180,000.00	180,000.00
WHATSAPP	1	1	5.88	160,000.00	160,000.00
Total Ejecutiva :	17	38	100.00	3,320,000.00	195,294.11
Total Oficina SMR SANHA PLUS HOTEL	17	38	100.00	3,320,000.00	195,294.11
TOTAL GENERAL :	17	38	100.00	3,320,000.00	195,294.11

Fuente: Hotel Sánha Plus (2022).

Tabla 4

Ventas mes de marzo 2022



SANHA PLUS HOTEL
Ventas de Ejecutiva por Agencias
Oficina



Página: 1 de 1
 Fecha: 2022.07.08
 Hora: 17:06:05
 Corte: 2022.07.08

SANHA PLUS HOTEL

20220301 - 20220331

Agencia	# Noches	# Personas	% Noches	Vir Habitación	Vir Prom. Hab
001 SMR SANHA PLUS HOTEL					
008 RESERVAS					
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	4	100.00	360,000.00	180,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	1	33.33	160,000.00	160,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	4	40.00	380,000.00	190,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	2	28.57	374,000.00	187,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	3	6	30.00	540,000.00	180,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	3	9	23.07	630,000.00	210,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	10	13.33	580,000.00	290,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	3	6.25	200,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	3	5.88	200,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	8	10.52	500,000.00	250,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	3	15	13.63	840,000.00	280,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	3	4.34	200,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	2	4.16	180,000.00	180,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	4	4.00	261,000.00	261,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	1	3.84	150,000.00	150,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	3	3.70	210,000.00	210,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	3	3.57	210,000.00	210,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	4	12	12.50	800,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	7	5.88	430,000.00	215,000.00
WHATSAPP	4	12	10.52	760,000.00	190,000.00
WHATSAPP	4	12	9.52	880,000.00	220,000.00
WHATSAPP			0.00	0.00	0.00
WHATSAPP	6	18	12.50	1,260,000.00	210,000.00
WHATSAPP	2	4	4.00	360,000.00	180,000.00
WHATSAPP	1	2	1.96	180,000.00	180,000.00
WHATSAPP	1	4	1.92	250,000.00	250,000.00
WHATSAPP	3	12	5.45	630,000.00	210,000.00
Total Ejecutiva :	55	164	100.00	11,525,000.00	209,545.45
Total Oficina SMR SANHA PLUS HOTEL	55	164	100.00	11,525,000.00	209,545.45
TOTAL GENERAL :	55	164	100.00	11,525,000.00	209,545.45

Fuente: Hotel Sánha Plus (2022).

Tabla 5

Ventas mes de abril 2022



SANHA PLUS HOTEL
Ventas de Ejecutiva por Agencias
Oficina



Página: 1 de 1
 Fecha: 2022.07.08
 Hora: 17:06:33
 Corte: 2022.07.08

SANHA PLUS HOTEL

20220401 - 20220430

Agencia	# Noches	# Personas	% Noches	Vir Habitación	Vir Prom. Hab
001 SMR SANHA PLUS HOTEL					
008 RESERVAS					
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	4	100.00	400,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	2	50.00	350,000.00	175,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	1	20.00	155,000.00	155,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	2	16.66	190,000.00	190,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	6	6	50.00	1,080,000.00	180,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	6	12	33.33	1,740,000.00	290,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	6	18	25.00	2,300,000.00	383,333.33
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	3	6	11.11	600,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	6	6.89	600,000.00	300,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	4	6.45	600,000.00	300,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	4	6.06	600,000.00	300,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	3	7	8.33	900,000.00	300,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	2	2.70	200,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	3	2.63	250,000.00	250,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	2	2.56	200,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	2	2.50	190,000.00	190,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	3	2.43	220,000.00	220,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	3	2.38	200,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	3	2.32	160,000.00	160,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS			0.00	150,000.00	150,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	6	4.44	450,000.00	225,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	4	2.17	210,000.00	210,000.00
WHATSAPP	2	2	4.16	320,000.00	160,000.00
WHATSAPP	3	15	5.88	1,620,000.00	540,000.00
WHATSAPP	4	8	7.27	864,000.00	216,000.00
WHATSAPP	4	16	6.77	1,152,000.00	288,000.00
WHATSAPP	1	3	1.66	250,000.00	250,000.00
WHATSAPP	3	12	4.76	1,050,000.00	350,000.00
WHATSAPP	2	6	3.07	700,000.00	350,000.00
WHATSAPP	4	12	5.79	1,300,000.00	325,000.00
WHATSAPP	3	11	4.16	990,000.00	330,000.00
WHATSAPP	2	8	2.70	630,000.00	315,000.00
WHATSAPP	2	4	2.63	600,000.00	300,000.00
WHATSAPP	2	6	2.56	700,000.00	350,000.00
WHATSAPP	2	8	2.50	420,000.00	210,000.00
Total Ejecutiva :	80	211	100.00	22,341,000.00	279,262.50
Total Oficina SMR SANHA PLUS HOTEL	80	211	100.00	22,341,000.00	279,262.50
TOTAL GENERAL :	80	211	100.00	22,341,000.00	279,262.50

Fuente: Hotel Sánha Plus (2022).

Tabla 6

Ventas mes de mayo 2022



SANHA PLUS HOTEL
Ventas de Ejecutiva por Agencias
Oficina



Página: 1 de 1
 Fecha: 2022.07.08
 Hora: 17:07:01
 Corte: 2022.07.08

SANHA PLUS HOTEL

20220501 - 20220531

Agencia	# Noches	# Personas	% Noches	Vir Habitación	Vir Prom. Hab
001 SMR SANHA PLUS HOTEL					
008 RESERVAS					
LLAMADAS DIRC. RESERVAS			0.00	0.00	0.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	4	100.00	210,000.00	210,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	4	50.00	200,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	4	8	66.66	720,000.00	180,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	4	25.00	340,000.00	170,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	4	11.11	200,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	5	10	35.71	850,000.00	170,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	2	12.50	300,000.00	150,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	2	5.88	160,000.00	160,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	8	10.52	500,000.00	250,000.00
REDES. INSTAGRAN-FACEBOOK	1	3	5.00	210,000.00	210,000.00
REDES. INSTAGRAN-FACEBOOK	1	4	4.76	250,000.00	250,000.00
WHATSAPP			0.00	0.00	0.00
WHATSAPP	4	4	16.00	620,000.00	155,000.00
WHATSAPP	2	4	7.40	380,000.00	190,000.00
WHATSAPP	1	1	3.57	155,000.00	155,000.00
WHATSAPP	2	4	6.66	320,000.00	160,000.00
WHATSAPP	8	28	21.05	1,760,000.00	220,000.00
WHATSAPP	3	9	7.31	480,000.00	160,000.00
WHATSAPP	3	9	6.81	780,000.00	260,000.00
WHATSAPP	1	1	2.22	155,000.00	155,000.00
Total Ejecutiva :	45	113	100.00	8,590,000.00	190,888.88
Total Oficina SMR SANHA PLUS HOTEL	45	113	100.00	8,590,000.00	190,888.88
TOTAL GENERAL :	45	113	100.00	8,590,000.00	190,888.88

Fuente: Hotel Sánha Plus (2022).

Tabla 7

Ventas mes de junio 2022



SANHA PLUS HOTEL
Ventas de Ejecutiva por Agencias
Oficina



Página: 1 de 1
 Fecha: 2022.07.08
 Hora: 17:07:34
 Corte: 2022.07.08

SANHA PLUS HOTEL

20220601 - 20220630

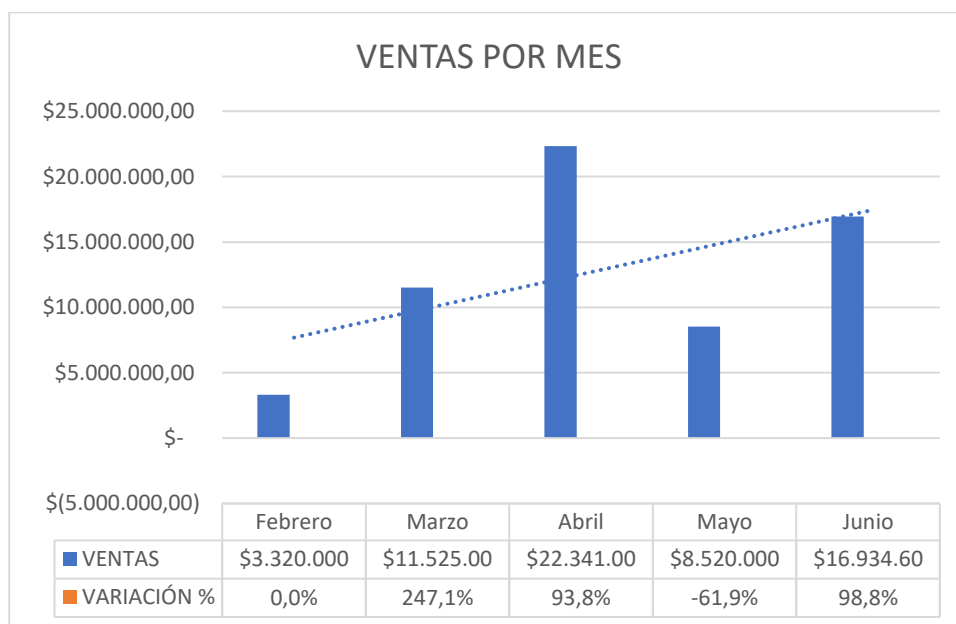
Agencia	# Noches	# Personas	% Noches	Vir Habitación	Vir Prom. Hab
001 SMR SANHA PLUS HOTEL					
008 RESERVAS					
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	2	100.00	170,000.00	170,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	3	15	75.00	1,200,000.00	400,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	5	10	55.55	950,000.00	190,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	4	12	30.76	800,000.00	200,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	1	7.14	160,000.00	160,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	2	6.66	170,000.00	170,000.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS			0.00	0.00	0.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	2	10	11.76	683,000.00	341,500.00
LLAMADAS DIRC. RESERVAS	1	2	5.55	180,000.00	180,000.00
REDES. INSTAGRAM-FACEBOOK	1	4	5.26	200,000.00	200,000.00
WHATSAPP	4	4	17.39	620,000.00	155,000.00
WHATSAPP	3	6	11.53	540,000.00	180,000.00
WHATSAPP	3	3	10.34	465,000.00	155,000.00
WHATSAPP	2	6	6.45	580,000.00	290,000.00
WHATSAPP	2	6	6.06	450,000.00	225,000.00
WHATSAPP	2	4	5.71	320,000.00	160,000.00
WHATSAPP	1	2	2.77	168,300.00	168,300.00
WHATSAPP	2	10	5.26	580,000.00	290,000.00
WHATSAPP	3	12	7.31	780,000.00	260,000.00
WHATSAPP	2	6	4.65	420,000.00	210,000.00
WHATSAPP	6	24	12.24	1,500,000.00	250,000.00
WHATSAPP	10	25	16.94	1,900,000.00	190,000.00
WHATSAPP	3	12	4.83	810,000.00	270,000.00
WHATSAPP	2	8	3.12	580,000.00	290,000.00
WHATSAPP	3	6	4.47	420,000.00	140,000.00
WHATSAPP	3	6	4.28	570,000.00	190,000.00
WHATSAPP	1	2	1.40	190,000.00	190,000.00
WHATSAPP	1	3	1.38	210,000.00	210,000.00
WHATSAPP	1	2	1.36	168,300.00	168,300.00
WHATSAPP	1	4	1.35	270,000.00	270,000.00
WHATSAPP	1	2	1.33	190,000.00	190,000.00
WHATSAPP	1	4	1.31	270,000.00	270,000.00
WHATSAPP	1	2	1.29	190,000.00	190,000.00
WHATSAPP	1	3	1.28	230,000.00	230,000.00
Total Ejecutiva :	78	220	100.00	16,934,600.00	217,110.25
Total Oficina SMR SANHA PLUS HOTEL	78	220	100.00	16,934,600.00	217,110.25
TOTAL GENERAL :	78	220	100.00	16,934,600.00	217,110.25

Fuente: Hotel Sánha Plus (2022)

Tabla 8**Cuadro análisis de las ventas por mes**

RELACIÓN VENTAS POR MES						
PERIODO	VENTAS	TARIFA PROMEDIO	VARIACIÓN MES ANTERIOR	VARIACIÓN %	VARIACIÓN PRIMER MES	VARIACIÓN %
Febrero	\$ 3.320.000,00	\$ 195.294	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%
Marzo	\$ 11.525.000,00	\$ 209.545	\$ 8.205.000,00	247,1%	\$ 8.205.000,00	247,1%
Abril	\$ 22.341.000,00	\$ 279.262	\$ 10.816.000,00	93,8%	\$ 19.021.000,00	572,9%
Mayo	\$ 8.520.000,00	\$ 190.888	-\$ 13.821.000,00	-61,9%	\$ 5.200.000,00	156,6%
Junio	\$ 16.934.600,00	\$ 217.110	\$ 8.414.600,00	98,8%	\$ 13.614.600,00	410,1%
TOTAL	\$ 62.640.600,00					

Fuente: Elaboración propia (2022).

Figura 9**Representación gráfica de las ventas por mes**

Fuente: Elaboración propia (2022)

Analizando cada uno de los meses, se puede evidenciar el crecimiento que ha habido al pasar del tiempo, en donde inicialmente en el mes de febrero, las ventas fueron de \$3.320.000 COP, con un total de 17 noches y una tarifa promedio de \$195,294 COP,

así mismo en el mes de marzo la venta alcanzada fue de \$ 11.525.000, habiendo un incremento de \$8.205.000 COP, representado el 247,1% con respecto al mes anterior, en el mes de abril fue de \$22.341.000 COP, incrementando en \$19.021.000 COP y una variación porcentual de 572,9% con respecto al primer mes, así mismo en los meses siguientes como vemos en la gráfica, la línea de la tendencia es al alza.

Es por esto la importancia de analizar estos cambios que se han realizado, lo cual nos llevara a tener una visión del crecimiento el cual se ha tenido y así mismo identificar esas mejoras en las que aún se debe trabajar, teniendo en cuenta la planificación estratégica de la organización, así mismo puede ser una evidencia del aprovechamiento del tiempo, el crecimiento en cuanto a las ventas y la satisfacción del cliente, que en los últimos meses se ha evidenciado.

10. Autoevaluación

Ausencia de saberes: considerando el alto grado de conocimiento que existe actualmente en cada una de las personas que se encuentran profesionalmente en este medio, aun cuento con puntos débiles de conocimientos, en los cuales debo mejorar, como lo es: dominio del idioma inglés, aspectos económicos y financieros, fortalecer el hábito de la lectura.

Logros alcanzados: gracias al esfuerzo y perseverancia cuento con el título de tecnólogo en gestión hotelera y turística y en poco tiempo estaré recibiendo el título de Administrador de empresas turísticas y hoteleras, además en mi vida laboral he recibido el ascenso de recepcionista a coordinador de reservas, el cual me ha permitido un desarrollo profesional, con miras de seguir creciendo.

Análisis crítico de mi experiencia como practicante: afortunadamente el hotel Sánha plus, me brindó la oportunidad de realizar mis prácticas profesionales, gracias al cargo con el que actualmente cuento, en el cual he podido crecer en mis saberes así mismo me ha brindado una estabilidad económica, este sitio de prácticas puede ser una muy buena oportunidad para cualquier pasante.

11. Recomendaciones generales

En general el Hotel Sánha Plus trabaja fuertemente para ofrecer a sus clientes excelentes servicios, además su equipo de trabajo es muy competente y comprometido, haciendo de su actividad un valor importante, así mismo brinda buenas oportunidades de crecimiento profesional para sus colaboradores, sin duda es una empresa que le puede brindar grandes oportunidades para sus empleados y practicantes.

Como recomendación general, podría ir ampliando un poco su área administrativa, según el crecimiento que vaya teniendo, de esta forma alivianar carga laboral, aumentando el tiempo productivo.

12. Conclusiones

En conclusión, la mejora en los procesos, son necesarios ya que permite a la empresa ir creciendo y actualizándose según los cambios del mercado, así mismo la importancia de analizar los cambios y mejoras que se van realizado, lo cual permite tener una visión del crecimiento que se ha logrado y así mismo identificar los puntos débiles en las que aún se debe trabajar, teniendo en cuenta la planificación estratégica de la organización.

13. Referencias Bibliográficas

- Asociación Hotelera y Turística de Colombia . (27 de Agosto de 2021). Sector turístico y hotelero en Colombia continúa en recuperación. *Ocupación Hotelera Julio*, pág. <https://www.cotelco.org/noticias/%C3%8Dndice%20de%20ocupaci%C3%B3n>.
- Organización Mundial del Turismo. (s.f). *Glosario de términos de turismo*.
- Argüelles Hernández, C. (2019). Evaluación y Análisis de la mejora en el proceso de servicios técnicos del hotel Iberostar Bella Vista Varadero. *CICT*, <http://cict.umcc.cu/repositorio/tesis/Trabajos%20de%20Diploma/Ingenier%C3%A Da%20Industrial/2019/Evaluaci%C3%B3n%20y%20An%C3%A1lisis%20de%20la%20mejora%20en%20el%20proceso%20de%20servicios%20t%C3%A9cnicos%20del%20hotel%20Iberostar%20Bella%20Vista%20Varader>.
- Cobo, J. (2009). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre definiciones de las tic en la sociedad del conocimiento. *Zer*, 295-318. <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/40999/2636-8482-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Intxaurburu, M., & Ochoa, C. (2005). Una revisión teórica de la herramienta de Benchmarking. *Dirección y administración de empresa*, 73-103. <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/11032/3-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Lopez, Z., & Michelena, E. (2012). Mejora del proceso de prestación del servicio en una instalación de servicios gastronómicos . *Ingeniería Industria*, 34-44. <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v35n1/rii05114.pdf>.
- Medina, A., Nogueira, D., Assafiri, Y., Medina, Y., & Hernandez, A. (2020). De la documentación de procesos a su mejora y gestión. *Cubana de administración pública y empresarial*, 206-224. <https://apye.esceg.cu/index.php/apye/article/view/130/90>.
- Ministerio de Comercio, I. y. (20 de noviembre de 2021). \$9,1 billones alcanzó el PIB de alojamiento y servicios de comida en el tercer trimestre del año. *Noticias de turismo* , págs. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/pib-de-alojamiento-en-el-tercer-trimestre-del-ano>.
- Mompó, J., Gisbert, V., Pérez, A., & al, e. (2020). Cuaderno de investigación aplicada . *3 ciencias* , <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2021/01/CUADERNOS-DE-INVESTIGACION-APLICADA-2020.pdf>.
- Pulido, E. (2022). Diseño de proceso de reservas del programa Zuana prestige del hotel Zuana Beach resort en Santa Marta. <https://repositorio.unimagdalena.edu.co:8081/server/api/core/bitstreams/633a4c9a-1f3e-4a51-9b68-b351dc0aae62/content>.

Sydle. (2022). Analisis de procesos: ¿qué es y cómo hacerlo? *SYDLE*,
<https://www.sydle.com/es/blog/analisis-de-procesos-6197b230076d971ce272beff/>.

turistico, E. (s.f). *Entorno turistico* . Obtenido de Glosario de turismo :
<https://www.entornoturistico.com/glosario-de-turismo/>