

**MANUAL
DE BUENAS
PRÁCTICAS**
EN LA PRESTACIÓN
DE SERVICIO
PARA EL SECTOR
TURÍSTICO

ASOCIACIÓN DE TURISMO
ALTIPLANO
DE GRANADA

Textos:

Ana Belén Pérez Arco

Fotografías:

Fco. Javier Martínez Arredondo

Pascal Janin

Jose A. Pozo Osorio

Alternativa Comunicación

Datos de la Edición:

Asociación de Turismo Altiplano de Granada, 2008.

C/Mayor, 2 Edificio Cervantes.

18830 Huéscar.

958 742 314 / 958 861 325.

Correo Electrónico: turismoaltiplano@yahoo.es

Pág. web: www.granadaaltiplano.org

Diseño y maquetación:

Alternativa Comunicación.



ÍNDICE

5 INTRODUCCIÓN

6 PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO

Requisitos generales.
Atención telefónica.
Imagen.

11 RESERVAS

Realización de la reserva de forma directa.
Antes de la llegada.

16 ACOGIDA Y ESTANCIA

Recibimiento y acomodo en alojamientos.
Recibimiento y acomodo en restaurantes.
Información sobre seguridad y entorno.
Servicios adicionales.

21 DESPEDIDA Y ENTREGA DE FACTURA

Salida y despedida .
Facturación.

25 ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

Cómo actuar ante una queja o reclamación.
Cómo dejar registradas quejas y reclamaciones.
Reclamaciones oficiales: aspectos legales y tramitación.

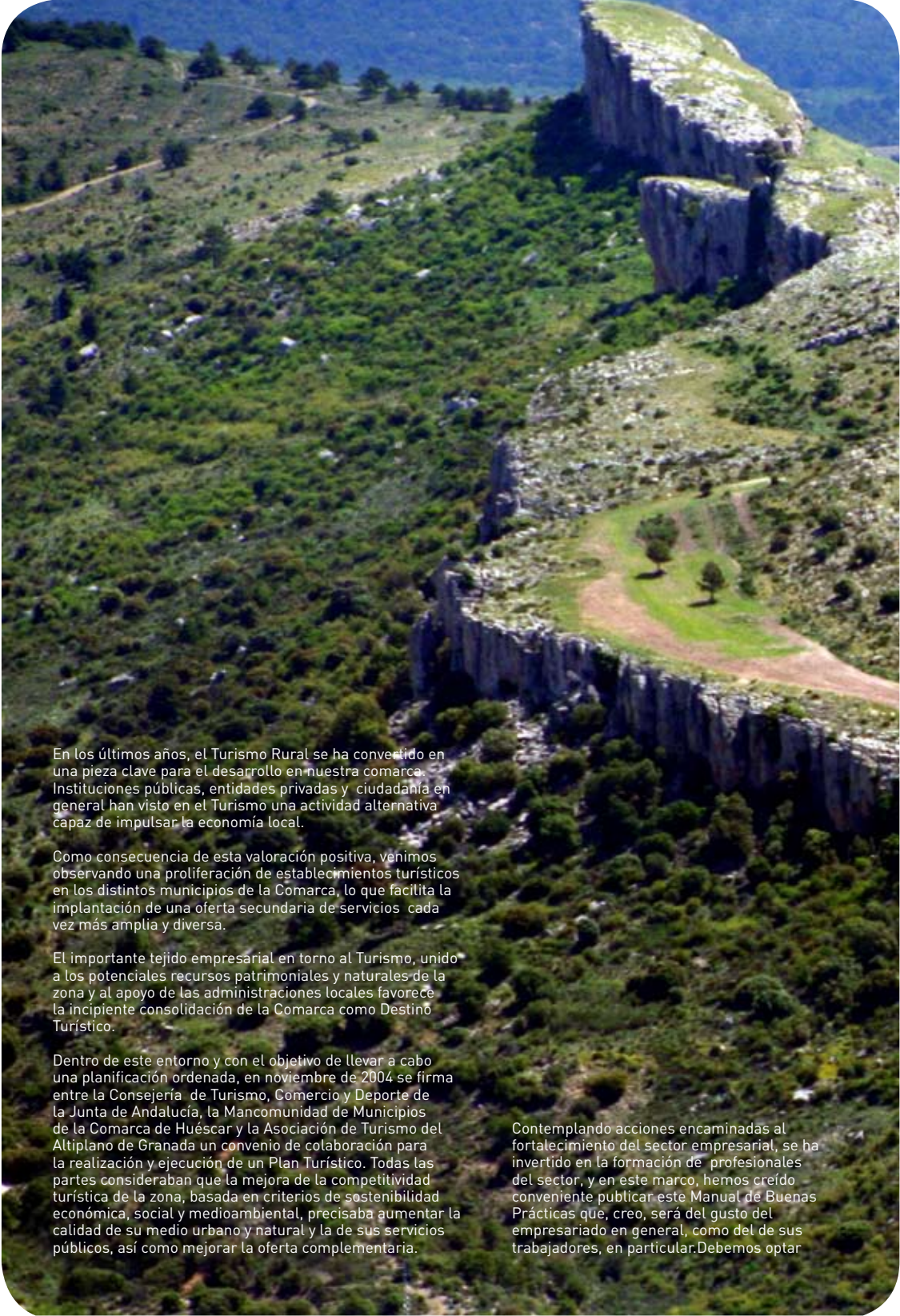
32 MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LA CLIENTELA

Confección de cuestionarios de satisfacción.
Utilización de cuestionarios y análisis de resultados.

40 BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

Ahorro de energía.
Ahorro de agua.
Productos de limpieza.
Embalajes.
Residuos.
Educación y concienciación.





En los últimos años, el Turismo Rural se ha convertido en una pieza clave para el desarrollo en nuestra comarca. Instituciones públicas, entidades privadas y ciudadanía en general han visto en el Turismo una actividad alternativa capaz de impulsar la economía local.

Como consecuencia de esta valoración positiva, venimos observando una proliferación de establecimientos turísticos en los distintos municipios de la Comarca, lo que facilita la implantación de una oferta secundaria de servicios cada vez más amplia y diversa.

El importante tejido empresarial en torno al Turismo, unido a los potenciales recursos patrimoniales y naturales de la zona y al apoyo de las administraciones locales favorece la incipiente consolidación de la Comarca como Destino Turístico.

Dentro de este entorno y con el objetivo de llevar a cabo una planificación ordenada, en noviembre de 2004 se firma entre la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, la Mancomunidad de Municipios de la Comarca de Huéscar y la Asociación de Turismo del Altiplano de Granada un convenio de colaboración para la realización y ejecución de un Plan Turístico. Todas las partes consideraban que la mejora de la competitividad turística de la zona, basada en criterios de sostenibilidad económica, social y medioambiental, precisaba aumentar la calidad de su medio urbano y natural y la de sus servicios públicos, así como mejorar la oferta complementaria.

Contemplando acciones encaminadas al fortalecimiento del sector empresarial, se ha invertido en la formación de profesionales del sector, y en este marco, hemos creído conveniente publicar este Manual de Buenas Prácticas que, creo, será del gusto del empresariado en general, como del de sus trabajadores, en particular. Debemos optar

1 INTRODUCCIÓN

claramente por un posicionamiento como destino de calidad, y para ello es fundamental una prestación de servicios cualificada y profesional. Mediante el presente Manual se pretende dar al empresariado turístico de la Comarca una serie de consejos útiles y fácilmente asumibles, que le ayude a mejorar el servicio prestado a su clientela. A lo largo de su lectura veremos aspectos que hay que tener en cuenta en la atención telefónica, en la acogida y despedida, consejos ante quejas y reclamaciones, así como otras herramientas de gestión que deberíamos incorporar en nuestro negocio para conseguir la fidelización de la clientela que nos visita.

Lorenzo Reche Alonso

**Presidente de la Asociación de Turismo
Altiplano de Granada**



2.1 REQUISITOS GENERALES

El personal de establecimientos turísticos debe ser polivalente y estar preparado para afrontar las diferentes situaciones que se le van a presentar durante la prestación de sus servicios.

Debemos cumplir una serie de requisitos que aseguren en todo momento la calidad de los servicios que ofrecemos.

Somos la imagen de la empresa:

- Conocer perfectamente el funcionamiento de nuestra organización.
- Propugnar los valores propios de nuestra empresa.
- Hacer hincapié en que la satisfacción del cliente es el objetivo máximo que debemos perseguir.



Profesionalidad ante todo:

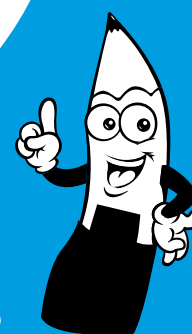
- Conocer a la perfección la tarea o tareas que han de realizarse.
- Evitar en la medida de lo posible la improvisación.
- Facilitar la formación e información entre nuestro personal.

La cortesía, una norma de trabajo:

- Establecer pautas de conducta para aplicar ante distintas situaciones.
- Difundirlas entre el personal del establecimiento para que las incorpore a su forma de trabajo.
- Cuidar los detalles de cortesía en nuestra atención a la clientela.

Nuestro entorno, un valor añadido:

- Informarse de los lugares que se pueden visitar, sus horarios y precios, así como las actividades que se pueden realizar.
- Visitar y conocer estos lugares directamente, para que sea más exacta la información que facilitemos.
- Disponer de información gráfica del entorno para poder ofrecerla.



CONSEJOS PARA UNA BUENA ATENCIÓN AL CLIENTE

Tan importante como saber hablar y expresarse, es escuchar correctamente y mantener una actitud adecuada. Como elementos fundamentales en la atención al cliente, debemos tener en cuenta:

- *Escuchar adecuadamente y mantener una actitud activa.*
- *Atención individualizada.*
- *Utilizar la empatía para identificar las necesidades de nuestra clientela.*
- *Cortesía: atención, simpatía, respeto y amabilidad.*
- *Evitar las expresiones de negación: “es imposible”; “no puedo ayudarle”, etc.*
- *Mantener un tono calmado aunque un cliente se muestre irritado.*
- *No mostrar altivez ni distancia en presencia del cliente.*
- *Evitar las discusiones entre el personal o con clientes.*
- *No dudar a la hora de informar.*
- *Evitar emplear un lenguaje poco claro, usando coletillas.*
- *No buscar excusas para justificar errores cometidos.*

2.2 ATENCIÓN TELEFÓNICA

En la mayoría de los casos la primera toma de contacto con el cliente es a través del teléfono. Es muy importante, por tanto, la forma en que establezcamos la comunicación puesto que, en gran medida, de este primer contacto va a depender que la reserva se haga o no efectiva.

Lo primero que debemos considerar es la necesidad de disponer junto al teléfono de todo lo necesario para una buena atención: libro y planning de reservas, papel y lápiz para tomar nota y un guión con toda la información adicional que necesitemos recordar.

Como norma general, se debe coger el teléfono antes de la cuarta llamada. Normalmente, la gente se impacienta y cuelga a partir del quinto tono.

En caso de ausencia, debemos dejar un mensaje en el contestador identificando el establecimiento y dando la información precisa para que el cliente interesado pueda ponerse en contacto con nosotros.

En el caso de alojamientos rurales que no dispongan de una sede fija para la recepción de clientes, sería necesario "ir con la oficina a cuestas" y llevar siempre el móvil de la empresa, así como la información necesaria para efectuar una reserva sin problemas.

El diálogo con la persona que está al otro lado de la línea debe iniciarse siguiendo unos pasos elementales:

- Saludar correctamente.
- Dar el nombre de la empresa.
- Identificarnos con nuestro nombre.
- Utilizar fórmulas de contacto del tipo *"¿en qué le podemos ayudar?"*.

Una vez hayamos establecido contacto telefónico, durante la conversación debemos tener en cuenta los siguientes consejos que harán que la comunicación sea efectiva:

Mantener una postura recta con la cabeza erguida, lo cual permitirá contestar correctamente y que el tono de voz sea el adecuado.

Mantener el micrófono del receptor alineado frente a la boca y hablar con claridad. Se debe respetar una distancia de 3 cm. del auricular y evitar omitir las terminaciones de palabra.

La voz es muy importante porque es la única referencia que posee la persona que nos escucha. Debemos utilizar un tono amable y respetuoso.

Controlar el volumen de voz: un volumen alto es agresivo y refleja nerviosismo, mientras que un volumen demasiado bajo transmite inseguridad y timidez.

No debe masticarse chicle ni comer o beber: se emiten ruidos molestos.

No abandonar el teléfono sin avisar, ni mantener otras conversaciones de forma simultánea; en cualquier caso, pedir permiso al cliente para mantenerlo a la espera.

Si se tiene que hablar en otro idioma, debemos conocer las fórmulas de atención por teléfono del mismo.



Para no olvidarnos de nada, podemos elaborar un pequeño guión con las posibilidades de conversación más habituales y tenerlas siempre a mano:

- Saludo y presentación.
- Tomar los datos básicos de la persona que llama para poder dirigirnos a ella.
- Descripción de nuestros servicios.
- Descripción de los precios con IVA incluido.
- Descripción de la ubicación.
- Actividades complementarias que se pueden realizar.
- Condiciones de la reserva.
- Pedir el teléfono de contacto y correo electrónico.
- Recordar nuestro número de teléfono y nuestra página web.





2.3 IMAGEN

En un servicio turístico, una imagen personal agradable y cuidada se convierte en elemento determinante, pero no podemos olvidar quiénes somos y cuáles son nuestros servicios. Debemos adaptar nuestra imagen al tipo de público con que nos relacionemos, así como a cada situación.

De igual forma que utilizar un atuendo excesivamente formal puede ser negativo en determinados casos, la dejadez y el descuido de la imagen van siempre en detrimento de la calidad.

Aspecto personal

- El aseo personal y un olor fresco y suave genera una sensación agradable entre la clientela.
- El aseo y cuidado de manos y uñas es decisivo.
- Es necesario mantener el pelo limpio y arreglado.
- Debemos ir correctamente vestidos con ropa limpia y discreta que no llame en exceso la atención y sin rotos o rozaduras.
- Evitaremos símbolos llamativos que se identifiquen claramente con una ideología.
- El maquillaje y el perfume deben ser utilizados con mucha cautela, sin excesos.
- Hay que evitar el uso de joyas y complementos excesivamente grandes y aparatosos.
- El uso de gafas de sol puede ser negativo, la clientela quiere ver nuestros ojos.

Uso del uniforme

En los alojamientos rurales de poca capacidad lo normal es no llevar uniforme, basta con vestir correctamente, aunque si tenemos algún complemento o prenda que se identifique con la imagen del establecimiento podemos utilizarla, p.e. camiseta, placa o cualquier otro elemento o accesorio que contenga la imagen corporativa de nuestro negocio.

En los hoteles es necesario el uso de un uniforme apropiado para la realización del trabajo según las distintas áreas de servicio, puesto que la clientela debe identificar quién es cada cual. En este caso es recomendable el uso de placas identificativas con el nombre y cargo que se ocupe en la empresa.

En restaurantes es obligatorio el uso de uniforme y ropa adecuada a la actividad realizada, según exige la reglamentación de manipulación de alimentos. Aquí debemos

prestar el máximo cuidado a la higiene, dadas las características del servicio ofrecido. Es recomendable tener siempre una muda en el lugar de trabajo, por la facilidad de mancharse durante la jornada laboral.

En cualquier caso, deben llevar uniforme o ropa fácilmente identificable:

- Personal de cocina de cualquier tipo de establecimiento.
- Camareros y personal de comedor.
- Personal de limpieza y mantenimiento.
- Se debe usar el uniforme apropiado en la forma establecida por la empresa, evitando añadir complementos innecesarios.





Podemos realizar las reservas por distintos medios, ya sea de forma directa, por teléfono o internet; o a través de intermediarios como centrales de reserva o agencias de viajes. En cualquier caso, debemos establecer un buen sistema que evite el overbooking y garantice la reserva al cliente.

Para la realización de reservas indirectas, estableceremos con las distintas empresas intermediarias los acuerdos oportunos, debiendo tener en cuenta el sistema de comunicación y reservas que vamos a utilizar con las mismas, así como las comisiones correspondientes.

3.1 REALIZACIÓN DE RESERVAS DE FORMA DIRECTA

En el momento de realización de la reserva, debemos recordar solicitar los siguientes datos de nuestros clientes:

- Nombre completo.
- Fecha del día o días de ocupación.
- Número de personas, con indicación de número de niños.
- Habitaciones que se ocuparán, o casa o apartamento/s, si se trata de alojamientos; en el caso de restaurantes, indicar si se nos ha hecho alguna indicación especial (menú contratado, disposición de mesas, etc).
- Número de teléfono y correo electrónico o fax.

Cuando dispongamos de un formulario de reservas en nuestra página web, procuraremos incluir los campos solicitando la información antes descrita. La respuesta debe ser rápida, por lo que debemos abrir el correo con frecuencia a lo largo del día.

Si la reserva es telefónica, antes de finalizar la conversación, recordaremos al cliente todos los datos de su reserva para que dé su conformidad y nos despediremos atentamente dando las gracias por su llamada.

Por último, anotaremos todos los datos de la reserva. A continuación incluimos un ejemplo de planning de reservas: *en el mismo, vemos que un cliente ha efectuado una reserva con entrada el viernes día 4 y salida el domingo día 6.*



3.2 ANTES DE LA LLEGADA

Facilitaremos a la clientela información suficiente para que pueda llegar sin problemas, enviándole un croquis de acceso o informándole de datos clave de ubicación que no den lugar a equívocos. Tener esta información en nuestra página web es muy útil tanto para el responsable turístico como para el público en general.

Es aconsejable enviar un fax o correo electrónico al cliente, confirmando la reserva. También es recomendable enviar las condiciones de reserva que tiene establecidas la dirección del establecimiento, para evitar confusiones.

En los alojamientos, debemos acordar con el cliente el lugar, fecha y hora de recibimiento y ser puntuales a esta cita, incluso anticipándonos para evitar esperas innecesarias.

En el caso de los restaurantes, estarán dispuestas las mesas y preparado el servicio antes de la llegada de los comensales según las características de la reserva.

CONFIRMACIÓN DE RESERVA
"NOMBRE DEL ALOJAMIENTO"
 "Dirección del alojamiento y datos de contacto"

Periodo reservado: entrada... salida...

Nombre y apellidos:

Nº personas: Nº niños:

Servicios contratados:

Apartamento: 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐

Tarifa:

Iva:

Factura total:

Depósito:

"Incluir un croquis de acceso"

Ejemplo de confirmación de reserva









La acogida supone el momento de atención directa y personal, por lo que debemos cuidar todos los detalles.

4.1 RECIBIMIENTO Y ACOMODO EN ALOJAMIENTOS

En alojamientos con recepción será aquí donde se reciba a la clientela. A la entrada tendremos un cartel que indique:

- Horario de atención al público.
- Teléfono de contacto en caso de ausencia o fuera del horario establecido.

En el caso de alojamientos rurales (casas rurales, casas cueva...) que no dispongan de área de recepción, el personal encargado recibirá a la clientela en el establecimiento directamente, a no ser que se haya decidido otro lugar de mutuo acuerdo.

FICHA DE RESERVA Y ENTRADA			
Nº ORDEN:		NOMBRE:	
D.N.I./C.I.F.:		APELLIDOS:	
E-MAIL:		TELÉFONO:	
DIRECCIÓN:		FAX:	
C.P.:		LOCALIDAD:	
FECHA DE ENTRADA:		PROVINCIA:	
Nº PERSONAS:		FECHA DE SALIDA:	
Nº NIÑOS:			
☐ VERIFICACIÓN DE OCUPACIÓN			
OBSERVACIONES:			
CONTACTO:			
CONCEPTO	TARIFAS:	IVA:	TOTAL:
DEPÓSITO:			TOTAL FACTURA:€
FIRMA DEL CLIENTE:			PENDIENTE DE ABONAR:

En conformidad con la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de carácter personal (LOPD). Los datos de carácter personal serán tratados con el grado de protección adecuado, según el Real Decreto 994/1999 de 11 de junio. El usuario podrá ejercer sus derechos de oposición, acceso, rectificación y cancelación, en cumplimiento de lo establecido en la LOPD, en cualquier oficina de la Junta.

Ejemplo de ficha de reserva y entrada: podemos utilizar la misma ficha para la entrada y reserva puesto que los datos son los mismos, incluyendo una casilla que verifique que la ocupación se ha hecho efectiva a la entrada del cliente.



LOS PASOS QUE DEBEN SEGUIRSE A PARTIR DE LA LLEGADA DEL CLIENTE SON:

- Saludar atentamente, aplicando las normas de cortesía: interesarse por su viaje.
- Identificar a la persona: pedir su DNI.
- Rellenar la ficha con los datos personales: una para el alojamiento y otra para el cliente o clienta, quien además debe firmarla.
- Mostrar el alojamiento y los distintos servicios que se ofrecen, informando del funcionamiento de los aparatos y de la ubicación de los útiles y enseres.
- Ofrecer información del entorno: ¿qué visitar?, ¿dónde comer?, ¿qué hacer?

ACOMPañAR SIEMPRE AL CLIENTE A LA HABITACIÓN O A LA UNIDAD DE ALOJAMIENTO CORRESPONDIENTE.

Consejos para un buen servicio:

- Acompañar a la clientela hasta su mesa.
- Ofrecer un aperitivo.
- Ofrecer una carta para cada persona.
- Informar del menú del día.
- Conocer el contenido de la carta: composición y elaboración de cada plato.
- Conocer el tiempo de preparación de los platos.
- Conocer los vinos apropiados a cada plato para poder aconsejar.

Informarse para poder informar al cliente

- Trabajar en orden y silencio, evitando levantar la voz para pedir los servicios.
- Cambiar los ceniceros continuamente.
- No utilizar ninguna mesa destinada a clientes para dejar material sucio, ni siquiera cuando no esté ocupada.
- Si se cae algún utensilio, traer uno nuevo y después recoger el caído.
- No tocar nunca la comida con los dedos.

USAR BANDEJAS PARA EL SERVICIO

4.2 RECIBIMIENTO Y ACOMODO EN RESTAURANTES

En los restaurantes, la calidad del servicio comienza con una buena preparación, teniendo a punto toda la maquinaria, herramientas, mobiliario, mantelería y demás útiles necesarios para el desarrollo del servicio que se va a ofrecer.

En el servicio de comidas cobra mayor importancia, si cabe, los factores de higiene y limpieza. Aquí no escatimaremos ningún medio.

La calidad de la materia prima que utilicemos para la elaboración de nuestros platos es fundamental: **DEBEMOS RECHAZAR EL GÉNERO QUE NO CUMPLA CON NUESTROS REQUISITOS!!**



4.3 INFORMACIÓN SOBRE SEGURIDAD Y ENTORNO

Debemos identificar los posibles peligros que puedan existir en el establecimiento y señalarlos de forma que se vean fácilmente, al igual que se debe facilitar información del entorno más próximo. La clientela no tiene por qué conocer la zona y toda la información que les mostremos le será de mucha utilidad.

Seguridad

- Identificar claramente las salidas de emergencias y los elementos de seguridad contraincendios: *plano de salida de emergencias, luces, extintores, etc.*
- Colocar el botiquín en lugar visible o indicar que se dispone de él.
- Identificar los posibles peligros como acequias, pozos, aljibes, etc, que puedan suponer riesgo, especialmente para los niños.
- Dejar información en lugar visible de los teléfonos de emergencias: centros de salud y hospitalarios más cercanos al alojamiento, policía, bomberos, guardia civil
- Información del teléfono de contacto de los responsables en caso de incidencia.

Información del entorno

- Lugares de interés: *museos, áreas recreativas, Oficinas de Turismo, espacios naturales, etc.*
- Restaurantes, alojamientos, empresas de Turismo Activo de la zona.
- Información sobre supermercados, farmacias, etc: ubicación y horarios comerciales.
- Toda la información podemos recopilarla en un dossier o disponer de folletos o guías editadas de la zona.
- Es recomendable disponer de un mapa de situación con todos los recursos turísticos.



Servicios adicionales

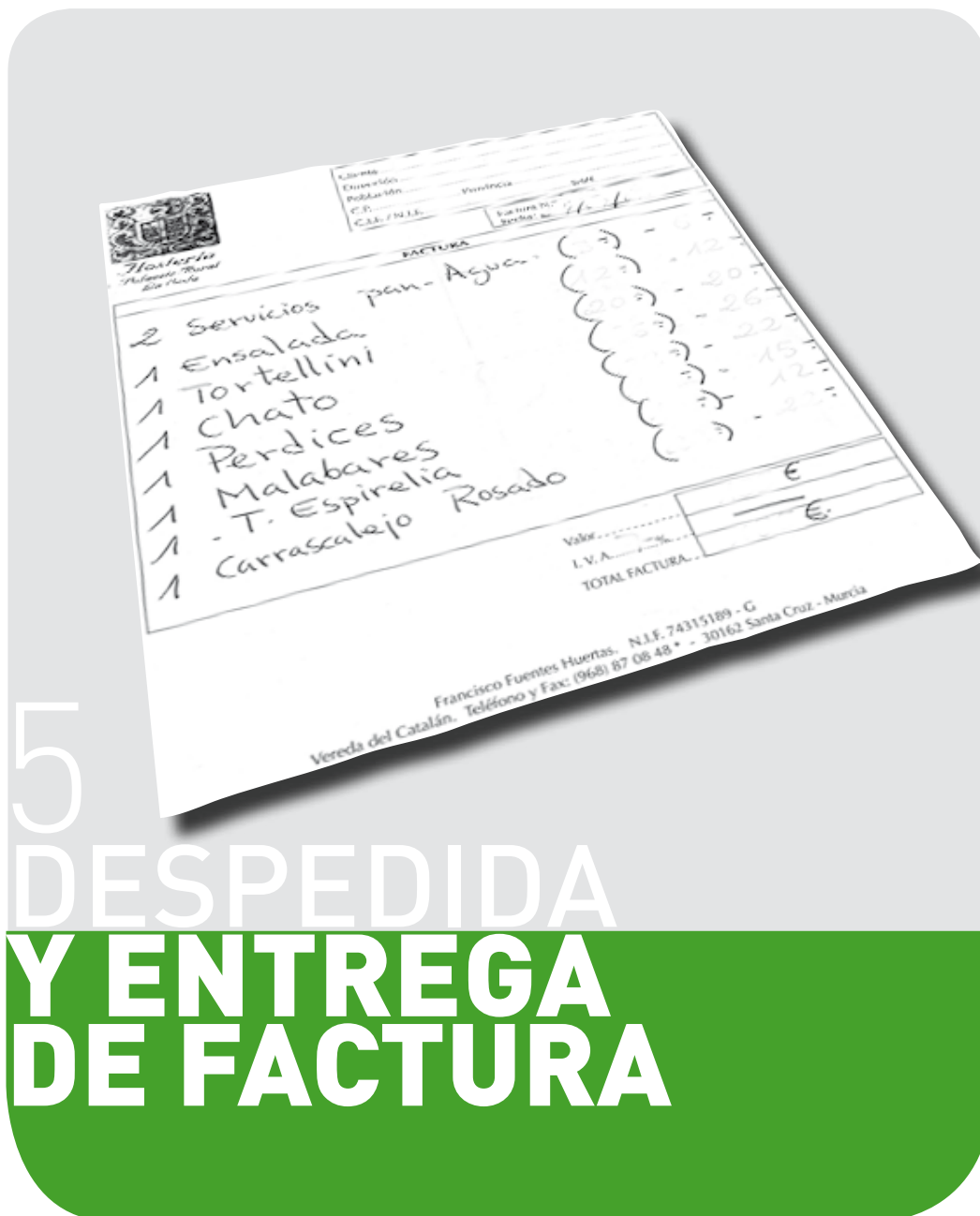


- Si la empresa ofrece servicios complementarios al alojamiento o restauración, deben detallarse y estar expuestos en lugar visible.

- Puede que no ofertemos servicios adicionales directamente, pero una buena forma de mejorar y hacer más atractiva nuestra oferta es asociarnos o establecer acuerdos con otras empresas de la zona que complementen nuestros servicios y contribuyan a dar a conocer mejor el destino.

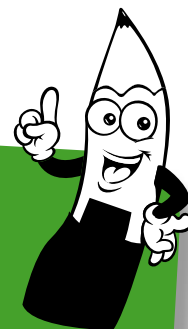
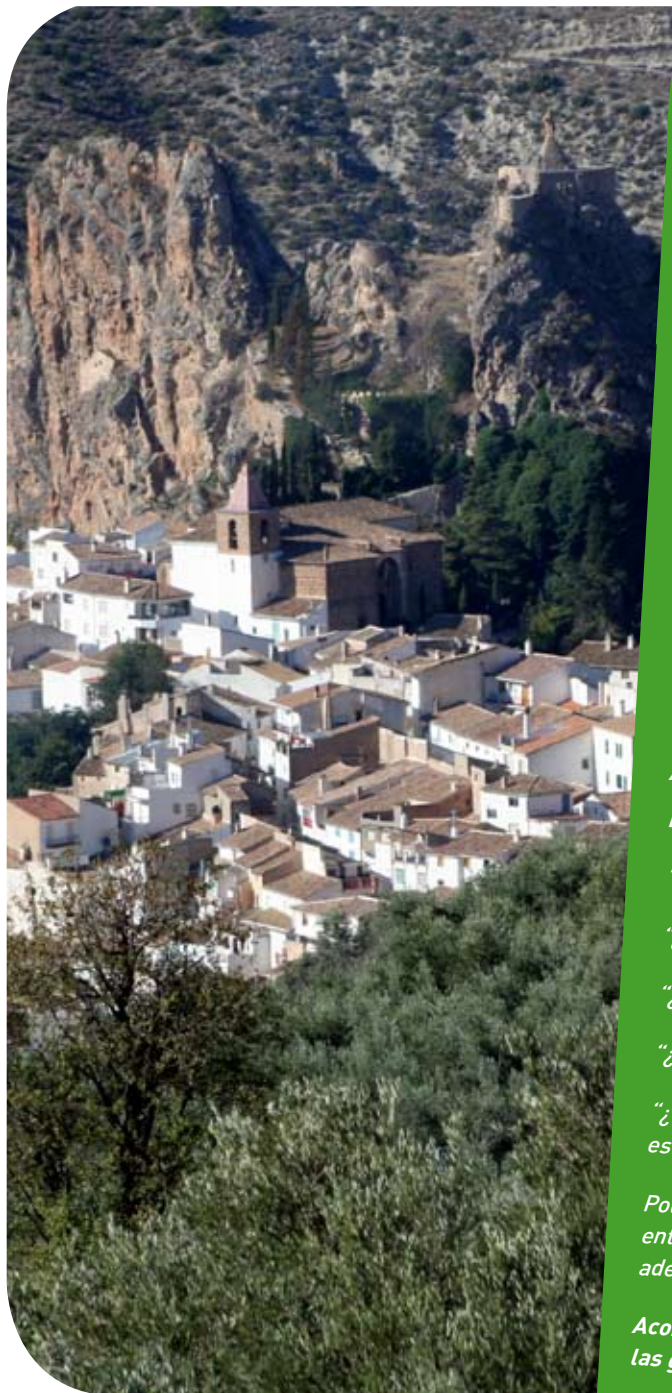
En cualquier caso, hay cuestiones que debemos tener en cuenta a la hora de prestar servicios adicionales:

- El personal encargado debe contar con los títulos oficiales exigidos para la realización de estas actividades, en su caso: p.e actividades de turismo activo.
- La infraestructura y equipamiento necesarios deben estar en perfectas condiciones para su uso.
- Información para el cliente:
 - Detallar los distintos servicios complementarios indicando precio y horarios.
 - Especificar los condicionantes para la realización de las actividades, en caso de que los hubiera.
 - Indicar cómo realizar la reserva de estos servicios.



5.1 SALIDA Y DESPEDIDA

La despedida de la clientela es tan importante como la acogida: es nuestro último encuentro y nuestra última ocasión para que se lleven una buena impresión de nuestros servicios.



¿Quién debe realizar la despedida?:

Es aconsejable que la realice la misma persona que recibió a la clientela a su llegada, puesto que ya se ha establecido una relación entre ambos. De no ser posible, debemos asegurarnos de que la persona encargada de la despedida conozca perfectamente las características de la reserva y estancia.

Aprovechar para obtener la máxima información:

“¿Cómo le ha resultado su estancia?....”

“¿Ha estado cómodo en la casa/habitación.....?....”

“¿Qué ha echado en falta?....”

“¿Ha estado todo a su gusto?....”

“¿Qué lugares ha visitado durante su estancia?....”

Podemos aprovechar este momento para entregar un cuestionario de satisfacción (más adelante se darán unos consejos al respecto).

Acompañar a los clientes a la salida, dándoles las gracias y deseándoles un feliz viaje.

5.3 FACTURACIÓN

Momento de facturación: se realizará al final del servicio, aunque para casas rurales se puede realizar a la llegada, cuando se haya facilitado toda la información y se haya enseñado el alojamiento.

Tener bien definidas las tarifas para todos los servicios: debemos mantener actualizada esta información en toda nuestra publicidad y mantener informados de los cambios a empresas intermediarias, como agencias de viajes o portales de internet, etc.

Modelo factura: la factura se presentará detallada por conceptos y cantidades, añadiendo el IVA correspondiente.

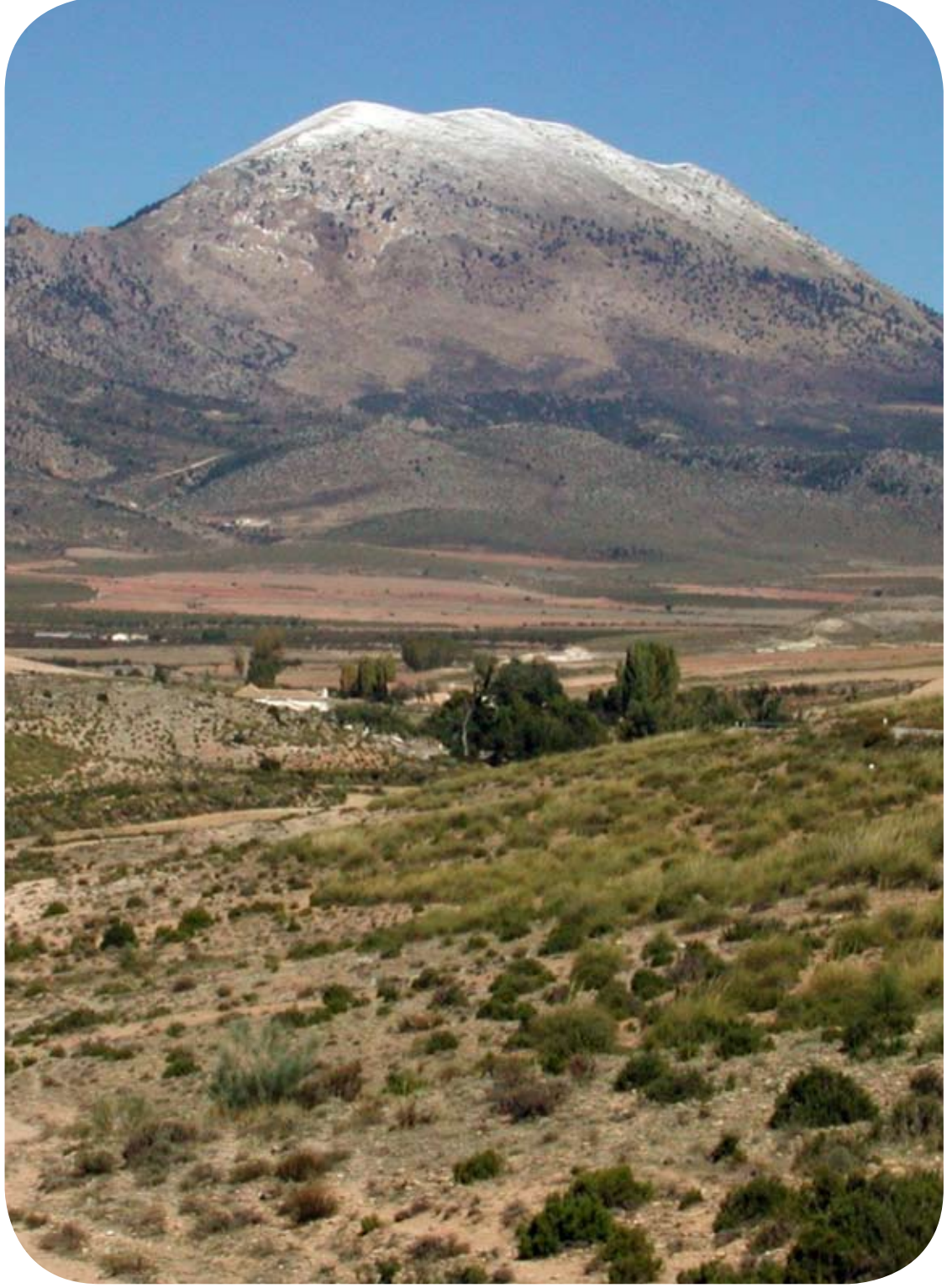
Descuentos: se reflejarán con toda claridad en nuestra publicidad y quedarán detallados en la factura final.

Depósitos a cuenta: son el tanto por ciento de la factura total que se paga al realizar la reserva y quedarán detallados en la factura final.

Entrega de factura: esperar a que el cliente dé su conformidad y aclarar los distintos conceptos si es necesario. En restaurantes, presentarla con una bandejita.

Pago: si no disponemos de medios para el pago con tarjeta, debemos prever tener cambio disponible en el momento del cobro, sobre todo si se trata de establecimientos lejanos a núcleos urbanos.







6 ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

Independientemente de quién lleva la razón, lo importante es:

NO VER LAS QUEJAS COMO UNA AMENAZA Y APORTAR SOLUCIONES

6.1 CÓMO ACTUAR ANTE UNA QUEJA O RECLAMACIÓN

¿Quién es responsable?

Todo el personal de una empresa puede recibir en cualquier momento una queja o reclamación por lo que debemos estar preparados y saber actuar.

En ningún caso:

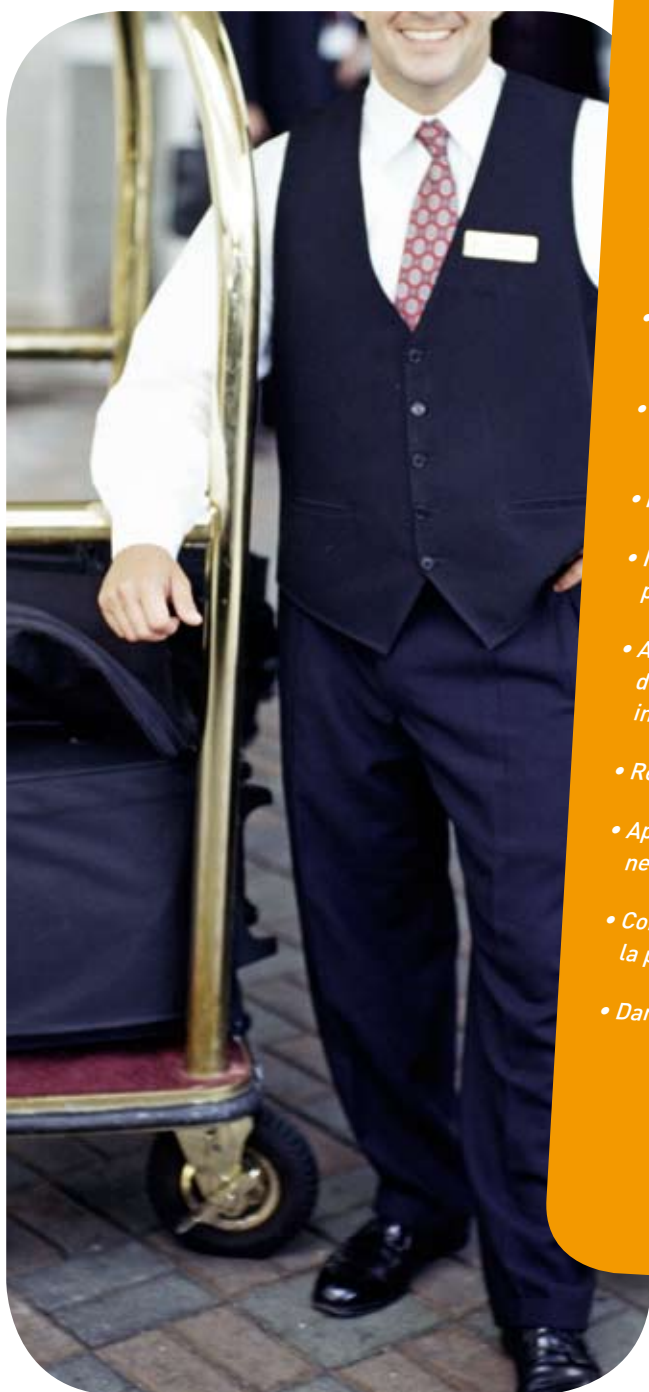
- MOSTRAR POCO INTERÉS.
- DECIR QUE NO ES NUESTRA RESPONSABILIDAD.
- ECHAR LA CULPA A TERCEROS.
- ENFRENTARSE A LOS CLIENTES.
- INTERRUMPIR BUSCANDO EXCUSAS.

Al plantearse una queja, si personalmente no podemos ofrecer una solución, acompañaremos a la persona al lugar apropiado, mostrando así nuestro interés e implicación. En cualquier caso, *DEBEMOS INVOLUCRARNOS Y OFRECER SALIDAS.*



¿Qué hacer?

- Comprender el por qué de la queja.
- Identificar el problema.
- Buscar una solución.
- Verificar que la solución es satisfactoria.
- Agradecer al cliente la oportunidad de mejorar que nos brinda.



RECOMENDACIONES

- *Mirar a los ojos directamente, mostrando una actitud relajada.*
- *Dar muestras de que estamos escuchando atentamente, asintiendo con la cabeza.*
- *Ponernos en el lugar de la persona que nos plantea su queja.*
- *Asumir la responsabilidad, aunque no nos competa directamente.*
- *No decir nunca que una queja no es importante.*
- *No interrumpir, a no ser que sea imprescindible para la comprensión de la queja.*
- *Asegurarse de que se ha comprendido el motivo de la queja, incidiendo en los puntos más importantes, incluso tomando notas.*
- *Reconocer el error y disculparse sinceramente.*
- *Aportar una solución directamente o, en caso necesario, derivarla de forma conveniente.*
- *Comprobar que la solución aportada satisface a la persona que se ha quejado.*
- *Dar las gracias siempre.*



6.2 **CÓMO DEJAR REGISTRADAS QUEJAS Y RECLAMACIONES**

Cualquier comentario hecho por la clientela, pese a lo negativo que nos parezca, es una forma eficaz de aprender y mejorar en nuestro negocio. Nos ayuda, de igual modo, a detectar posibles errores o fisuras que de otra manera podríamos tardar más tiempo en apreciar.

Podemos tener un documento interno donde registrar las quejas presentadas y poder hacer un seguimiento de las mismas.

REGISTRO QUEJAS Y RECLAMACIONES

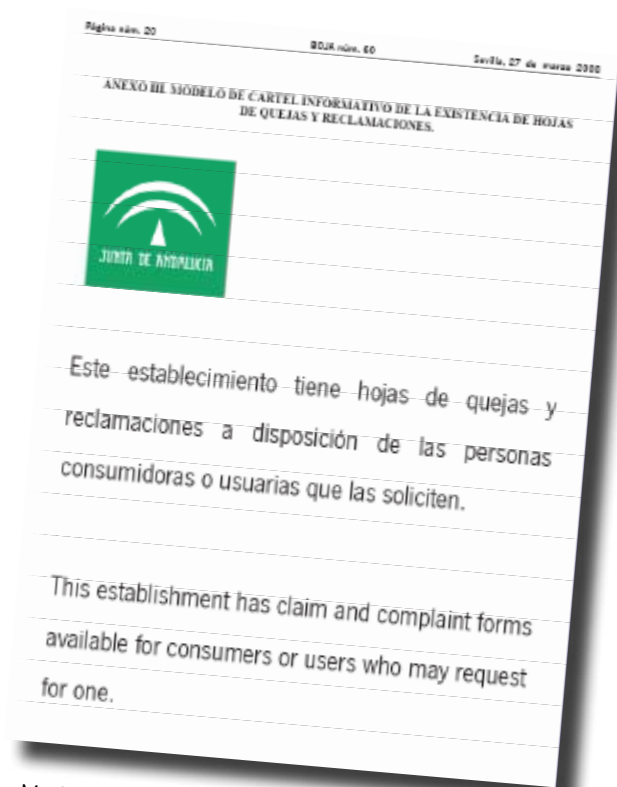
Nº	Nombre	Fecha	Persona que hace el registro
☐ QUEJA		☐ RECLAMACIÓN	
Descripción			
Posibles causas		Soluciones aportadas	
Responsable/s		Evaluación de la solución por el cliente:	
Fecha de solución		☐ muy de acuerdo	☐ de acuerdo
		☐ regular	☐ en desacuerdo
Observaciones		Queja reincidente: ☐ SI ☐ NO	

Ejemplo de registro de quejas y reclamaciones

6.3 RECLAMACIONES OFICIALES: ASPECTOS LEGALES Y TRAMITACIÓN

Una reclamación oficial supone una manifestación expresa mediante la cual nuestros clientes nos piden la restitución, reparación o indemnización en relación con el servicio prestado, que entienden insatisfactorio.

El Decreto 72/2008 de 4 de marzo regula las hojas de quejas y reclamaciones de las personas consumidoras y usuarias en Andalucía y las actuaciones administrativas relacionadas con ellas. En este decreto se incluye el modelo de cartel informativo de existencia de hojas de reclamaciones, así como el modelo de hojas de reclamaciones:



Modelo de cartel informativo de la existencia de hojas de reclamaciones



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE GOBERNACIÓN

CÓDIGO IDENTIFICATIVO

HOJA DE QUEJAS Y RECLAMACIONES / COMPLAINTS SHEET

Lugar del hecho
Place of incident

1 DATOS DE LA PERSONA RECLAMANTE / COMPLAINANT'S DETAILS (1)

Nombre(s)
Surname(s)
Sexo
Age
Edad
Cif o Pasaporte
ID / Passport No.
Nacionalidad
Nationality
Profesión
Occupation
Municipio
Town
Dirección de correo electrónico
Electronic address
Teléfono
Telephone number
Código Postal
Post Code
Provincia
Province / Country

¿Acepto la realización de un arbitraje o de una mediación para solucionar el problema?
Do you want arbitration or mediation procedures to be taken in order to resolve the problem?
☐ SI, acepto la realización de un arbitraje.
(2) Yes, I want arbitration procedures to be taken.
☐ SI, acepto la realización de una mediación.
(3) Yes, I want mediation procedures to be taken.

2 DATOS DE LA EMPRESA O PROFESIONAL / COMPANY OR PROFESSIONAL'S DETAILS (2)

Nombre o razón social
Name or company name
CIF o NIF
Tax identification Code No.
Actividad
Company activity
Domicilio
Address
Municipio
Town
Teléfono
Telephone number
Dirección de correo electrónico
Electronic address
Código Postal
Post Code
Provincia
Province / Country

¿Acepto la realización de un arbitraje o de una mediación para solucionar el problema?
Do you want arbitration or mediation procedures to be taken in order to resolve the problem?
☐ SI, acepto la realización de un arbitraje.
(2) Yes, I want arbitration procedures to be taken.
☐ SI, acepto la realización de una mediación.
(3) Yes, I want mediation procedures to be taken.

3 DESCRIPCIÓN DEL HECHO Y PRETENSIONES DEL RECLAMANTE / DESCRIPTION OF THE COMPLAINT AND COMPLAINANT'S PRETENSIONS

4 OBSERVACIONES DE LA EMPRESA SOBRE LOS HECHOS RECLAMADOS / OBSERVATIONS OF THE COMPANY REGARDING THE COMPLAINT

CONSUMIDOR
CONSUMER

FIRMA
SIGNED

RECLAMADO
COMPANY OR PROFESSIONAL

ANVERSO

Nº REGISTRO, FECHA Y HORA

Procedimiento

- Las hojas de reclamaciones se presentan por **TRIPLICADO**: *un ejemplar para la persona consumidora, otro para la empresa y otro para la Administración*. Los libros que contengan juegos de hojas de reclamaciones deberán estar sellados y autenticados por la Administración de la Junta de Andalucía. Podemos recoger los libros de hojas de reclamaciones en la Delegación Provincial.

- NO PODEMOS NEGARNOS A FACILITAR LA HOJA DE RECLAMACIONES** cuando un cliente o clienta nos la solicita. Cualquier miembro de la empresa debe facilitarla y la entrega será inmediata y gratuita.

- Cada parte rellenará los campos correspondientes a sus datos, así como una breve descripción del hecho que ha causado la reclamación.

- Ambas partes firmarán la hoja de reclamaciones. **LA FIRMA DE LA PARTE DE LA EMPRESA NO SUPONE QUE ÉSTA ACEPTÉ LOS HECHOS QUE RECLAMA EL CONSUMIDOR O CONSUMIDORA.**

- Una vez cumplimentada, la empresa se quedará con el ejemplar *"para la parte reclamada"* y entregará los otros dos ejemplares a la persona que reclama.

- Una vez presentada la hoja de reclamaciones, la empresa dispone de un plazo de **10 DÍAS PARA CONTESTAR A SU CLIENTE** y exponer su razonamiento respecto a la reclamación presentada. Hay que hacerlo por escrito y guardar copia de éste.

Modelo de hojas de reclamaciones. Deben estar disponibles en el mismo lugar en que se solicite o en el área de atención a la clientela

- Si la empresa (parte reclamada) no contesta en ese plazo o su escrito no satisface a la otra parte, esta última podrá presentar su reclamación en la Administración a través de la Oficina de Información al Consumidor o de la Delegación Provincial competente.

- Los conflictos de reclamaciones se pueden resolver a través del **SISTEMA DE MEDIACIÓN Y/O ARBITRAJE** que la Junta de Andalucía pone a nuestra disposición, sin necesidad de recurrir a la vía judicial. La ventaja está en que se trata de una vía rápida y gratuita, pero exige que ambas partes estén de acuerdo. En caso contrario, sólo nos queda la vía judicial.

- Las empresas que hayan recibido una reclamación deberán **CONSERVAR LAS HOJAS DE RECLAMACIONES RECIBIDAS** y la contestación dada a la parte reclamante durante un periodo de **4 AÑOS**, a disposición de la inspección de Consumo y demás órganos competentes en materia de consumo.



A close-up photograph of a man's face, showing his eyes, nose, and a wide smile. He is wearing a blue collared shirt. The image is used as a background for the chapter title.

7 MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN

7.1 CONFECCIÓN DE CUESTIONARIOS DE SATISFACCIÓN

Uno de los objetivos de cualquier empresa turística debe ser conseguir la fidelidad de su clientela, para lo cual necesita conocer su opinión respecto de los servicios ofrecidos. Es importante preguntar a la salida cómo les ha parecido su estancia, el menú, las actividades realizadas, etc: no obstante, no debemos olvidar que, en muchos casos, la clientela desea ponerse en camino cuanto antes y la información que nos da puede ser insuficiente o incluso errónea, contestando que todo ha ido bien cuando en realidad no piensa volver jamás.

Las encuestas de satisfacción son una forma eficaz de evaluación de la satisfacción:



¿POR QUÉ?

- La encuesta requiere que la clientela se pare a leer, por lo que dispone de más tiempo para pensar y analizar su respuesta.
- El cliente no tiene que dar su opinión directamente a la persona encargada del establecimiento, por lo que su grado de sinceridad será mayor.
- Las encuestas muestran a nuestra clientela que nos preocupamos por su opinión, poniendo el máximo interés en su satisfacción. Nuestra imagen, por tanto, se verá favorecida.
- Las principales dificultades que nos encontramos en la utilización de cuestionarios de satisfacción son dos: que no se cumplimenten o que no se hagan las preguntas adecuadas a las características del establecimiento.

Diseño atractivo y algún detalle

Para el primer caso, debemos pensar en un diseño atractivo y cómodo además de en otros detalles que pueden animar a su cumplimentación:

Informar a la clientela de que disponemos de encuestas de satisfacción y poner estas en lugares visibles: en las habitaciones, en la zona de recepción o atención, etc.

Disponer de encuestas de satisfacción en varios idiomas: al menos en inglés y castellano.

Procurar que todas las preguntas estén por una sola cara del folio, o si se utiliza otro tipo de formato, por ejemplo un díptico o tríptico, que sea visualmente fácil de leer.

Utilizar lenguaje claro y preguntas cortas, debemos ser concisos, sin divagar.

Hacer un pequeño obsequio por la cumplimentación, puede ser un incentivo para que nuestra clientela se pare a rellenar estas encuestas: *por ejemplo, entrar en un sorteo de una comida o una noche gratis para su próxima estancia.*

Encuesta personalizada

Como hemos comentado antes, la segunda dificultad es no acertar con las preguntas que realizamos, y para que no suceda esto debemos pararnos a pensar en las características de nuestro establecimiento y no tomar una encuesta al azar.

Cada cuestionario debe ser adaptado a nuestra empresa y a los cambios que ésta pueda ir sufriendo. Hay que analizar los distintos elementos que influyen en nuestros servicios y pensar qué queremos preguntar para cada uno de ellos:

- Reservas
- Atención prestada
- Localización
- Infraestructuras
- Restauración
- Servicios adicionales
- Limpieza
- Comercialización
- Demás servicios ofrecidos



¿Debemos pedir los datos personales?

Podemos optar por un cuestionario que incluya los datos personales de la clientela, muy útil por otra parte para poder hacerle llegar ofertas, información sobre nuevos servicios, etc. En este caso debemos reflejar de forma expresa la autorización de la persona para la utilización de esos datos, tal y como exige la **Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal**:

Ejemplo:

☐ Autorizo a la utilización de los datos personales del presente cuestionario para envíos comerciales y promocionales.

También podemos optar por un cuestionario totalmente anónimo, pero en este caso al menos debemos guardar un apartado para identificar al establecimiento:

Ejemplo:

Habitación en que se ha alojado:



Preguntas y respuestas

Existen distintos tipos de preguntas que podemos hacer:

ABIERTAS: dejamos un espacio en blanco para que la persona conteste lo que quiera

¿Qué mejoraría usted de nuestros servicios?:

CERRADAS: damos opciones cerradas que la clientela debe elegir:

¿Volvería a alojarse en nuestra casa? ☐ SI ☐ NO ☐ NS/NC

SEMICERRADAS: tienen una parte cerrada pero dejan un apartado para que se conteste libremente:

¿Cómo nos conoció? ☐ Internet ☐ Agencia de viajes ☐ Empresa ☐ Amigos

Otros:

PREGUNTAS DE RESPUESTA SECUENCIAL: hacemos una pregunta y la respuesta debe ser elegida por el valor que más se ajuste a partir de una escala determinada:

Valore su grado de satisfacción en los siguientes apartados:	😊	😐	😞
	bien	regular	mal
Trato recibido			
Comodidad de las instalaciones			

No obstante, es recomendable en todo cuestionario dejar un apartado abierto al final para que el cliente manifieste lo que quiera con libertad o incluso nos haga saber sus sugerencias.

COMENTARIOS/COMMENTS:

Ejemplo de encuesta de satisfacción



ALOJAMIENTO RURAL LA ENCANTADA.
Encuesta de satisfacción

Su opinión cuenta. Rogamos nos dedique un par de minutos rellenoando esta encuesta.
Valore los siguientes conceptos, siendo:
1:muy mal, 2:mal, 3:regular, 4:bien, 5:muy bien

	1	2	3	4	5
RECEPCIÓN					
Atención del personal	☐	☐	☐	☐	☐
Información recibida	☐	☐	☐	☐	☐
Pago y salida	☐	☐	☐	☐	☐
ALOJAMIENTO					
Comodidad de las instalaciones	☐	☐	☐	☐	☐
Funcionamiento de los equipos	☐	☐	☐	☐	☐
Limpieza	☐	☐	☐	☐	☐
RESTAURANTE					
Calidad de la carta	☐	☐	☐	☐	☐
Servicio de desayuno	☐	☐	☐	☐	☐
Atención del personal	☐	☐	☐	☐	☐

¿Cómo nos ha conocido?
☐ Internet ☐ Agencia de viajes ☐ Amigos ☐ Otros:

Comentarios o sugerencias:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN, DE ESTA FORMA NOS AYUDA A MEJORAR

Datos personales:
 Nombre y apellidos:.....
 Fecha:.....
 Dirección:.....
 Teléfono de contacto:.....
 E-mail:.....
 ¿En qué habitación se ha alojado:.....

☐ Autorizo a hacer uso de los datos del presente cuestionario



7.2 UTILIZACIÓN DE CUESTIONARIOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los cuestionarios o encuestas de satisfacción son herramientas eficaces para evaluar la calidad percibida por nuestra clientela; sin embargo, valen de poco si los guardamos en un cajón y no nos preocupamos de analizarlos.

Cada cierto tiempo debemos pararnos a estudiar las encuestas, anotando los resultados obtenidos en cada apartado.

Ejemplo de registro resumen de encuestas

RESUMEN ENCUESTAS SATISFACCIÓN Primer trimestre Año:.....						
PREGUNTA	ESCALA DE RESPUESTAS					RESULTADO OBTENIDO
	1	2	3	4	5	
Trato recibido	0	0	5	10	15	30 4,33
Infraestructuras	0	0	10	12	8	30 3,93
Calidad de la carta	3	2	15	6	4	30 3,20
MEDIA GLOBAL CUESTIONARIO:						3,82





Supongamos que tenemos un cuestionario donde evaluamos el trato recibido, las infraestructuras y la calidad de la carta. Las respuestas posibles son los valores comprendidos en una escala del 1 al 5. Pues bien, únicamente debemos tabular el número de personas que ha contestado en cada apartado de la escala, sumar el total de clientes y hallar la media obtenida en cada apartado evaluado, para finalmente obtener la media global. Una hoja de cálculo sencilla nos ayudará en esta tarea.

Veamos el ejemplo para el apartado de trato recibido:

$$\frac{0 \text{ personas} * 1 + 0 \text{ personas} * 2 + 5 \text{ personas} * 3 + 10 \text{ personas} * 4 + 15 \text{ personas} * 5}{30 \text{ personas que han contestado esta pregunta}} = 4.33$$

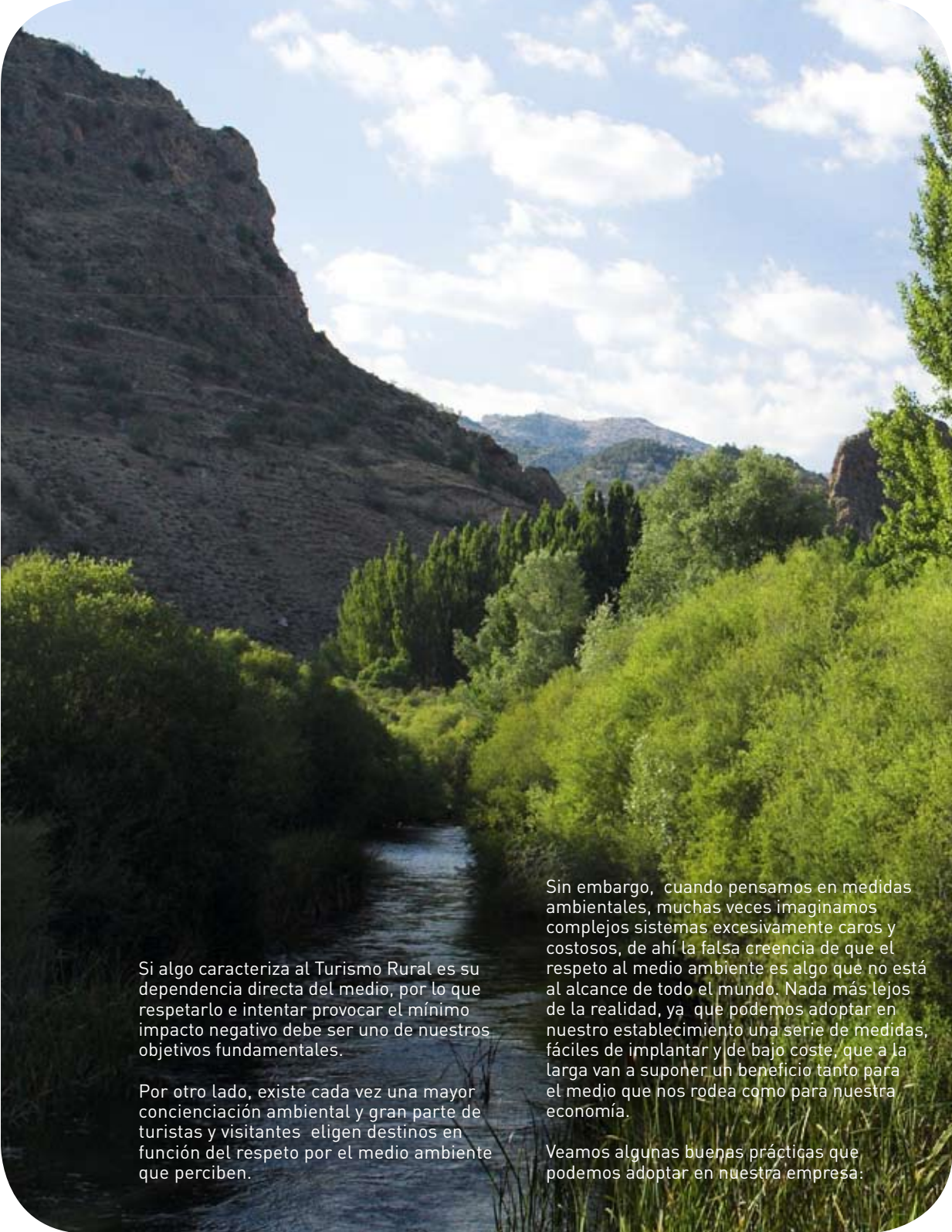
Con los demás apartados haremos lo mismo, y para obtener la media global, simplemente calcularemos el promedio de los resultados obtenidos:

$$\frac{4,33 + 3,93 + 3,20}{3} = 3,82$$

En el ejemplo que nos ocupa hemos resultado muy bien valorados (un 3,82 sobre 5). La información que obtenemos es que el trato recibido es lo mejor valorado, y la calidad de la carta es lo que menos. Quizás debemos ir pensando en cambiar algunos platos....



8 BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Si algo caracteriza al Turismo Rural es su dependencia directa del medio, por lo que respetarlo e intentar provocar el mínimo impacto negativo debe ser uno de nuestros objetivos fundamentales.

Por otro lado, existe cada vez una mayor concienciación ambiental y gran parte de turistas y visitantes eligen destinos en función del respeto por el medio ambiente que perciben.

Sin embargo, cuando pensamos en medidas ambientales, muchas veces imaginamos complejos sistemas excesivamente caros y costosos, de ahí la falsa creencia de que el respeto al medio ambiente es algo que no está al alcance de todo el mundo. Nada más lejos de la realidad, ya que podemos adoptar en nuestro establecimiento una serie de medidas, fáciles de implantar y de bajo coste, que a la larga van a suponer un beneficio tanto para el medio que nos rodea como para nuestra economía.

Veamos algunas buenas prácticas que podemos adoptar en nuestra empresa:



8.1 INTEGRACIÓN EN EL ENTORNO

Debemos procurar que nuestro establecimiento se integre perfectamente en su entorno, sin causar impacto visual, y procurando mantener la arquitectura y tradiciones del lugar.

Podemos utilizar para la construcción materiales reciclados y acondicionar los establecimientos con muebles antiguos. Esto supone contribuir al mantenimiento de la tradición del lugar, además de evitar el gasto de madera y otros materiales empleados en el mobiliario nuevo.

En nuestros jardines, recuperar plantas autóctonas ayuda a conservar las especies y a ahorrar agua, ya que se adaptan mejor al medio.

Es una buena idea la promoción de actividades tradicionales de la zona entre nuestra clientela, como el tratamiento del esparto, la cerámica, actividades agrícolas, etc. así como animar a la práctica de un turismo activo respetuoso con el medio (bicicleta, caballos, senderismo, etc.)

Hacer uso de los servicios de proveedores cercanos, reduce los desplazamientos y, por tanto, la contaminación y también contribuye a activar la economía local.

Comprar alimentos provenientes de la agricultura ecológica, más sanos y sin tratamientos de fertilizantes y pesticidas.

8.2 AHORRO DE ENERGÍA

- Sustituir paulatinamente las bombillas convencionales por las de bajo consumo, son más caras pero en poco tiempo veremos el ahorro en nuestro bolsillo.
- Procurar no apagar y encender los tubos fluorescentes continuamente, puesto que en éstos el mayor gasto de energía se produce precisamente en el encendido.
- No utilizar lámparas u otros elementos de decoración muy opacos o de colores muy oscuros, reducen mucho la luz por lo que gastaremos más para conseguir iluminar la habitación.
- Utilizar dispositivos de encendido y apagado automático: en los exteriores, sensores de luz solar para el alumbrado exterior, y en los interiores, sensores de presencia o desconexión automática.
- En alojamientos, utilizar tarjetas para la desconexión automática de la luz y sistema de calefacción y aire acondicionado al salir de la habitación.
- En lavandería, usar programas cortos de lavado, preferiblemente en frío ya que ahorran un 80 % de energía. Si es necesario lavar con agua caliente, optar por hacerlo a la temperatura y programa recomendados por el fabricante.
- Procurar planchar cuando haya cantidad de ropa suficiente y empezar por las prendas delicadas ya que necesitan menor temperatura para aprovechar mejor la energía.
- No abusar de temperaturas extremas en el sistema de aire acondicionado y de la calefacción: la temperatura aconsejable en invierno es de entre 18 y 20 grados, mientras que en verano no debería ser inferior a 22 grados.
- Hacer un buen mantenimiento del sistema de calefacción y aire acondicionado, estableciendo de forma periódica la limpieza de filtros.
- Utilizar buenos aislantes en las habitaciones, poniendo doble acristalamiento y otros medios para evitar fugas de calor y frío, que hacen que se gaste más energía intentando conseguir que la habitación esté bien climatizada.
- En las cocinas, separar convenientemente las zonas frías de las calientes y mantener un buen dispositivo de cierre de las cámaras de refrigeración.
- No introducir alimentos calientes en las cámaras, puesto que hace que la temperatura aumente en el interior y el gasto sea mayor al tener que enfriar rápidamente.



8.3 AHORRO DE AGUA

- Hacer un buen mantenimiento de la fontanería para evitar fugas o goteos. Establecer revisiones periódicas al respecto. Por supuesto, no dejar grifos abiertos de forma innecesaria.
- Instalar grifos monomando con temporizador para evitar dejar grifos abiertos.
- Bajar el caudal del agua, evitando una presión exagerada que no es necesaria ni útil.
- Bajar el caudal del agua de las cisternas y disponer dispositivos de doble descarga. No usar la cisterna como papelera, la cantidad de agua que se consume de esta forma es exagerada e innecesaria.
- No regar a manta, utilizar sistemas por goteo o aspersión u otros similares.
- Instalar sistemas de reciclaje de las aguas residuales para el riego.
- No limpiar los exteriores con mangueras para eliminar la suciedad.
- Instalar un buen sistema de depuración y de tratamiento de las aguas en las piscinas para mantenerlas en perfecto estado. También pueden taparse con un toldo cuando no se utilicen.
- Los electrodomésticos modernos minimizan el consumo de agua, ir adaptándolos cuando el funcionamiento de los viejos no sea óptimo.
- Utilizar el lavavajillas y la lavadora cuando la carga esté completa, se ahorra agua y energía.





8.4 PRODUCTOS DE LIMPIEZA

- Utilizar productos de limpieza autorizados, biodegradables y libres de fosfatos. También se puede hacer uso de productos naturales que en muchos casos tienen poder limpiador y desinfectante (vinagre, limón, bicarbonato sódico, etc.).
- Evitar el uso de productos agresivos.
- En todo caso, seguir las instrucciones del fabricante de productos de limpieza en cuanto a modo de empleo y dosificación.
- Evitar usar ambientadores, utilizando sustitutos naturales para aromatizar las habitaciones.
- Evitar el uso de insecticidas que contengan gases contaminantes, utilizar mosquiteras en zonas de proliferación de insectos, sobre todo en las cocinas.

8.5 EMBALAJES

- Adquirir productos a granel hace que disminuya enormemente la cantidad de envases que desechamos a la basura.
- Evitar los envases de plástico de PVC, muy contaminantes.
- Elegir productos envasados en materiales reciclables o biodegradables, como el cartón o el cristal.
- Utilizar dosificadores de jabón rellenables en los aseos disminuye la cantidad de envases que necesitaremos.

8.6 RESIDUOS

- Hacer separación selectiva y disponer de distintos contenedores fácilmente identificables para el cartón, vidrio y plástico.
- Usar papel reciclado para nuestros impresos y documentos comerciales.
- Utilizar archivos y documentos internos de gestión en soporte digital, reduce ampliamente el gasto de papel.
- Usar manteles y servilletas de tela en lugar de papel, el ahorro del mismo es evidente.
- Reutilizar ropa vieja o lencería desgastada como paños para la limpieza.
- Los residuos orgánicos se pueden reciclar para hacer abono destinado a nuestras zonas ajardinadas.
- Los residuos peligrosos tienen un tratamiento especial tal como marca la legislación; seguir las indicaciones para cada caso.
- Disponer de lugares para el depósito de pilas usadas, tóner de impresoras, etc., y entregarlos en lugares autorizados.
- Los aceites usados requieren de un tratamiento concreto, por lo que hay que depositarlos en recipientes diferenciados e identificados, y entregarlos a una empresa autorizada para su tratamiento.
- Mantener los contenedores utilizados para los residuos limpios. En las cocinas, utilizar cuarto de basuras refrigerado.



8.7 EDUCACIÓN Y CONCIENCIACIÓN

Al personal:

Facilitar información a nuestro personal acerca de las medidas ambientales llevadas a cabo por la empresa, de forma que las integre en su quehacer diario.

Promover y facilitar la formación en buenas prácticas ambientales del personal, así como exigir que se cumplan las normas al respecto establecidas por la legislación y por la propia empresa.

Establecer procedimientos de actuación de las distintas tareas que han de realizarse, de forma que el personal haga las revisiones oportunas para un buen mantenimiento de las instalaciones, que evite fugas de agua, gastos innecesarios de energía o papel.

A la clientela:

Hacerle conocer nuestra política medioambiental. Podemos dejar información en las habitaciones o carteles en lugares visibles. También es apropiado difundirla a través de nuestros medios publicitarios: folletos, página web, etc.

Pedir su colaboración, rogándole respete las normas establecidas al respecto.



MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS



**GRACIAS
POR SU
VISITA**

