



## **HOTELES Y TURISMO**

### ***Calidad: método, innovación y conocimiento.***

Los clientes desarrollan sus propios criterios subjetivos de calidad, usualmente difíciles de cuantificar, pero que generan en la mente del cliente una **expectativa** de calidad o satisfacción, no necesariamente ligada a la propia calidad intrínseca que ofrece el servicio.

No hay una calidad objetiva, sino una percepción subjetiva de la calidad que se debe aprender escuchando a los clientes y al mercado en general.

# ¿Quién decide sus estándares? ¿Su ego o sus clientes?

**La cultura de servicio debe empezar en la alta dirección y fluir por toda la organización.**

Desde **DIODEPLUS** colaboramos con nuestros clientes en la definición y desarrollo de la cadena de valor del servicio, la cual tiene en cuenta la relación entre el beneficio de la empresa y la satisfacción de los empleados y de los clientes.

### ***Gestionando los clientes internos como parte del servicio***

En los hoteles y empresas turísticas, los empleados son una parte crítica del servicio a los clientes. Se establece una interacción entre los clientes y los empleados, la efectividad de la cual depende de la capacidad de los empleados y de los procesos de soporte que hay detrás.

Desde **DIODEPLUS** colaboramos con nuestros clientes en la definición y desarrollo de la cultura de servicio que debe capacitar a los empleados para resolver los problemas del cliente. Todo esto soportado por un sistema de incentivos basados en la satisfacción del cliente, porque si una organización quiere ofrecer un producto de calidad, su cultura debe estimular y recompensar la atención a las necesidades del cliente.

*Aida Diodeplus*



## **Hoteles y turismo: Programas de perfeccionamiento profesional.**

### **Yield management**

***Técnica para decidir la mejor política de precios, basada en un modelo a tiempo real y la proyección de la demanda por segmentos.***

*Yield management* es una técnica para mantener y mejorar nuestra presencia en el mercado, a la vez que mantenemos y mejoramos el beneficio de la empresa.

La maximización de los beneficios es el resultado de la maximización de ingresos, considerando los dos componentes: ocupación y precio. El impacto en el beneficio de un mayor REVPAR (ingreso medio por habitación disponible) dependerá de la estructura de costes operativos variables.

Desde **DIODEPLUS** colaboramos con nuestros clientes en la implantación del *Yield management* y en la formación de los empleados para un óptimo uso y seguimiento. Poniendo especial atención en aprender a superar los riesgos subyacentes a una política de discriminación de precios: 1. Que a largo plazo pudiera afectar negativamente a la percepción de los clientes y 2. La posibilidad que las empresas competidoras establezcan estrategias de precios estables o de bajo coste.

### **Uniform System of Accounts for the Lodging Industry**

***Sistema contable estándar vigente en las principales cadenas hoteleras internacionales.***

Este sistema contable de gestión permite conocer la rentabilidad de los departamentos y evaluar la gestión de los responsables, ayudando a la toma de decisiones en el caso de una desviación negativa.

La metodología del *Uniform System of Accounts for the Lodging Industry (USALI)* precisa de directores de área con autoridad e implicación en el control de gestión.

Desde **DIODEPLUS** colaboramos con nuestros clientes en la implantación del USALI y en la formación de los empleados para un óptimo uso y seguimiento. Poniendo especial atención en el aprendizaje de la interpretación de la información contable y en el desarrollo de las diferentes etapas: 1. Presupuesto 2. Seguimiento del resultado. 3. Análisis de las desviaciones 4. Interpretación de la información para la toma de decisiones eficientes que contribuyan al cumplimiento de objetivos. También desde **DIODEPLUS** facilitamos la necesaria conexión con el Plan General Contable.

*Aida Diodeplus*