



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN
UNIDAD TEPEPAN

TEMA:

REPORTE DE PRÁCTICAS PROFESIONALES EN “MÉXICO EN RENTA”
LICENCIADO EN RELACIONES COMERCIALES

PRESENTA:

CATHERINE LESLI CASTILLO NAVA

ASESORES:

L.R.C. EDUARDO PONCE GARCÍA

L.R.C. PALOMA NIETO PINEDA

México D.F. a Junio del 2013

ÍNDICE

ÍNDICE DE CUADROS, IMÁGENES Y TABLAS	v
TABLA DE SIGLAS Y ABREVIATURAS	viii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

PERFIL DE LA LICENCIATURA EN RELACIONES COMERCIALES

1.1 Antecedentes de la Licenciatura en Relaciones Comerciales.....	4
1.2 Misión.....	5
1.3 Visión	5
1.4 Objetivos de la Licenciatura	5
1.5 Perfil del egresado	6
1.6 Materias de la licenciatura, aplicadas en la práctica profesional.....	7
1.7 Identificación de las asignaturas aplicadas a la práctica profesional	9

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE LA EMPRESA “MÉXICO EN RENTA”

2.1 Historia.....	15
2.1.1 Cronograma de “MÉXICO EN RENTA”	18
2.2 Organigrama de “MÉXICO EN RENTA”	19
2.3 Políticas generales.....	22
2.4 Mercado	26
2.5 Logros	27
2.6 Producto.....	29
2.7 Promoción.....	35
2.7.1 Atención al Cliente	37
2.8 Valores de marca	37

CAPÍTULO III

ATENCIÓN AL CLIENTE

3.1 Definición de Atención al Cliente.....	40
3.2 Antecedentes del Atención al Cliente.....	41
3.3 Objetivos del Atención al Cliente.....	42
3.4 Características del Atención al Cliente.....	43
3.5 Ventajas y desventajas del Atención al Cliente.....	45
3.6 Clasificación del Atención al Cliente	49
3.7 Organigrama Atención al Cliente de México en renta	50
3.8 Propiedades Atención al Cliente de “MÉXICO EN RENTA”	52
3.9 Políticas Atención al Cliente.....	54
3.10 Condiciones para llevar a cabo el Atención al Cliente	56
3.11 Regularización	57

CAPÍTULO IV

REALIZACIÓN DE PRÁCTICAS PROFESIONALES EN EL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN “MÉXICO EN RENTA”

4.1 Justificación de las prácticas profesionales como opción de titulación	63
4.1.1 Proceso de realización de las prácticas profesionales.....	64
4.1.2 Alcance y delimitación de las actividades realizadas en las prácticas profesionales	65
4.2 Proceso para realizar un Servicio de Personalizado de Calidad (Relatoría de Prácticas profesionales	66
4.2.1 Conocimiento y actualización del <i>Sistema Turisiscor</i>	67
4.2.2 Captación de nuevos clientes	69
4.2.3 Colocación de anuncios publicitarios online	73
4.2.4 Proposición de nuevas páginas para anunciar	75

4.2.5 Establecer contacto con el cliente.....	76
4.2.6 Proceso de venta	82
4.2.7 Instrucciones para el llenado de la hoja de registro	86
4.2.8 Registro de pagos y expedición de recibos y/o facturas.....	89
4.2.9 Seguimiento de Cuentas.....	91
4.2.10 Check out.....	92
4.2.11 Post- venta.....	93
4.2.12 Metas	93
4.2.13 Realización de inventario.....	95
4.2.14 Presentación de resultados en Juntas corporativas.....	96
4.2.15 Participación en proyecto: Manual “Cliente frecuentes”	97
CONCLUSIONES	106
RECOMENDACIONES	109
GLOSARIO	111
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA.....	112
ANEXOS	113

ÍNDICE DE CUADROS, IMÁGENES Y TABLAS

Cuadro 1. Competencia, habilidades, actitudes y valores del LRC. (Plan de estudios LRC 2008: 35-38).....	6
Cuadro 2. Cuadro de materias por semestre del plan 99 de la carrera de LRC, aplicadas a la práctica profesional. (<i>Elaboración propia</i>).....	8
Cuadro 3. Materias y temas de primer semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relacionan a través de las prácticas profesionales. (Elaboración propia).....	9
Cuadro 4. Materias y temas de segundo semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relacionan a través de las prácticas profesionales. (Elaboración propia).....	9
Cuadro 5. Materias y temas de tercer semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relacionan a través de las prácticas profesionales. (<i>Elaboración propia</i>).....	9
Cuadro 6. Materias y temas de cuarto semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relacionan a través de las prácticas profesionales. (Elaboración propia).....	10
Cuadro 7. Materias y temas de sexto semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relaciona con las prácticas profesionales. (Elaboración propia)...	10
Cuadro 8. Materias y temas de sexto semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relaciona con las prácticas profesionales. (Elaboración propia)...	11
Cuadro 9. Materias y temas de séptimo semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relaciona con las prácticas profesionales. (Elaboración propia)...	11
Cuadro 10. Materias y temas de octavo semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relaciona con las prácticas profesionales. (Elaboración propia)...	12
Imagen 1. Logotipo de la empresa “MÉXICO EN RENTA”	17
Cuadro 11. Organigrama de la empresa (Manual de Procedimiento “MÉXICO EN RENTA”).....	19

Imagen 2. Clima de trabajo de “MÉXICO EN RENTA” (Elaboración propia).....	21
Imagen 3. Fotografía de Casa Tis-tik, propiedad Querétaro (“MÉXICO EN RENTA”).....	29
Imagen 4. Fotografía de Torre Sagredo, propiedad Volcanes (“MÉXICO EN RENTA”).....	30
Imagen 5. Fotografía de Moras, propiedad Borola (“MÉXICO EN RENTA”).....	31
Imagen 6. Fotografía de Casa Caracol, propiedad Suite 6 (“MÉXICO EN RENTA”)...	32
Imagen 7. Fotografía de Torres Periférico, propiedad Tarahumaras (“MÉXICO EN RENTA”).....	33
Imagen 8. Fotografía de Casa Vito Alessio Robles (“MÉXICO EN RENTA”).....	33
Cuadro 12. Tipos de departamentos que ofrece “MÉXICO EN RENTA” a sus huéspedes nacionales e internacionales. (Elaboración propia).....	35
Cuadro13. Diferencias atención al cliente y servicio de hotel. (Elaboración propia).....	44
Imagen 9. Organigrama del área de Atención al Cliente de “MÉXICO EN RENTA” (Elaboración propia).....	50
Cuadro 14. Organigrama del departamento de Atención al Cliente “MÉXICO EN RENTA” . (Elaboración propia).....	53
Imagen 10. Ejemplo de anuncio nacional, que se realizó durante las Prácticas Profesionales (Elaboración propia).....	70
Imagen 11. Ejemplo de anuncio internacional, que se realizó durante las Prácticas Profesionales (Elaboración propia).....	71
Imagen 12. Registro de páginas online para anunciar (Manual de Procedimientos “MEXICO EN RENTA”).....	74
Imagen 13. Registro de páginas online para anunciar (Manual de Procedimientos “MEXICO EN RENTA”).....	86
Imagen 14. Registro de páginas online para anunciar (Manual de Procedimientos “MEXICO EN RENTA”).....	88

Imagen 15. Recibo anterior de pago de la renta (Administración “ MÉXICO EN RENTA ”)	89
Imagen 16. Nuevo recibo de pago de “ MÉXICO EN RENTA ” (Elaboración propia)	90
Tabla 1. Tabla de metas de los ejecutivos de (Manual de procedimientos de “ MÉXICO EN RENTA ”)	94
Tabla 2. Tabla de metas de los ejecutivos de (Manual de procedimientos de “ MÉXICO EN RENTA ”)	95
Tabla 3. Determinación de clientes. (Elaboración propia)	102
Tabla 4. Tipos de Clientes de “ MÉXICO EN RENTA ”. (Elaboración propia)	103

TABLA DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

Arq.	Arquitecto
Av.	Avenida
C.P.	Contador Publico
C.V	Capital de Variable
COLMEX	Colegio de México
D.F.	Distrito Federal
Del.	Delegación
DVD	Digital Versatile Disc
ESCA	Escuela Superior de Comercio y Administración
IFE	Instituto Federal Electoral
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
Ing.	Ingeniero
IPN	Instituto Politécnico Nacional
ITAM	Instituto Tecnológico Autónomo de México
IVA	Impuesto al Valor Agregado
L.A	Licenciado en Administración
L.A.T.	Licenciado en Administración Turístico
L.D.	Licenciado en Derecho
L.R.C.	Licenciado en Relaciones Comerciales
L.T.	Licenciado en Turismo
Lic.	Licenciado
S.A	Sociedad Anónima
Sr (a)	Señor, señora
TDC	Tarjeta de crédito
TIC´s	Tecnologías de la Información y de Comunicaciones
TV	Televisión
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
UP	Universidad Panamericana

INTRODUCCIÓN

El presente documento garantiza la realización de prácticas en la empresa, comercialmente nombrada “**MÉXICO EN RENTA**”, con objetivo de obtener el título profesional de Licenciado(a) en Relaciones Comerciales, mediante esta modalidad de titulación que ofrece el IPN.

La empresa que dio la oportunidad a la practicante de realizar sus prácticas profesionales está registrada fiscalmente como **ECONOSUITES MÉXICO S.A de C.V.**, sin embargo, decidió incursionar en el mercado con un nombre comercial de “**MÉXICO EN RENTA**”, y es este el nombre que se utilizara para referirse a la empresa en este documento.

Este reporte consta de cuatro capítulos, que desglosan la metodología y práctica de las actividades realizadas en el Área de Atención al Cliente, encargada de la captación online de los clientes, seguimientos del mismo, así como la fidelización de los clientes, en algunos de los casos como vínculos de información turística; por otro lado la implementación de la proyectos para la mejora del servicio, acelerar los cobros y finalmente propuestas para la optimizar las diferentes áreas de la empresa.

Operar como servicio de hospedaje temporal, ofreciendo una alternativa diferente de hospedaje temporal con atención personalizada. Por medio de la captación del cliente, brindar el departamento más adecuado a sus necesidades, así como el seguimiento que requiera cada huésped, durante su estancia. Además de supervisar y controlar sus pagos.

Por tal motivo, la practicante apoyara en las actividades requeridas para la aplicación de la atención personalizada al cliente del Servicio de Hospedaje Temporal en sus diferentes Inmuebles de “**MÉXICO EN RENTA**”, aplicando las tácticas que se deben de implementar para garantizar la satisfacción y así mismo la fidelización de los huéspedes.

Para esto se sintetizará el contenido de cada uno de los siguientes capítulos.

Capítulo I. En este primer capítulo se detallará el perfil que se debe cumplir en la Licenciatura en Relaciones Comerciales y poder percibir las habilidades necesarias y conocimientos adquiridos a lo largo de la licenciatura para lograr llevarlos a cabo satisfactoriamente en la práctica.

Capítulo II. Análisis de las condiciones actuales de la empresa que brindó a la practicante la oportunidad de realizar las Prácticas Profesionales, en la empresa denominada “**MÉXICO EN RENTA**”.

Describiendo la historia, actividades y servicio que ofrece actualmente la empresa, mencionando de manera más detallada la estructura del área de Atención al Cliente, delegada para la captación online de los clientes mediante anuncios colocados en páginas web gratuitas, seguimientos de venta y fidelización de los clientes que buscan un hospedaje temporal.

Capítulo III. Exponer el concepto del Hospedaje Temporal con otra visión a la que se tiene acostumbrado, comenzando con la descripción del concepto, mencionando cuáles son sus principales particulares como ventajas hacia su competencia, para poder lograr la satisfacción del huésped y hacer que se sienta como en casa.

Capítulo IV Detallar los procedimientos que se llevan a cabo por la practicante en el área Atención al Cliente, refiriendo la aplicación de los conocimientos de publicidad, mercadotecnia, ventas e investigación de mercados que son la base de la realización de estrategias efectivas utilizadas para anunciar la empresa y su servicio, hasta el punto de lograr la satisfacción de los huéspedes.

Para finalizar se mencionan las conclusiones y recomendaciones posibles a realizar para optimizar y mejorar las estrategias de venta que serán de gran apoyo para la empresa y para los nuevos integrantes del área de Atención al Cliente.

A través de este reporte se justificará la estancia y las actividades realizadas en la Inmobiliaria, efectuando con los lineamientos demandados.

CAPÍTULO I

PERFIL DE LA

"LICENCIATURA EN RELACIONES COMERCIALES"

Objetivo:

Conocer las características que debe cumplir un Licenciado en Relaciones Comerciales para desempeñarse profesionalmente en el ámbito laboral.

CAPÍTULO I

PERFIL DE LA LICENCIATURA EN RELACIONES COMERCIALES

1.1 Antecedentes de la Licenciatura en Relaciones Comerciales

La Licenciatura en Relaciones Comerciales (L.R.C.) consta de 54 asignaturas dentro del plan de estudios 99, las cuales están enfocadas principalmente a las ventas, mercadotecnia, publicidad, investigación de mercados entre otras, siendo su principal objetivo de la licenciatura la comercialización de productos y/o servicios en empresas públicas y privadas, investigando primero al consumidor y al mercado, para después identificar oportunidades de negocio.

Desde sus inicios la carrera de L.R.C., se enfocó a la preparación de empleados relacionados con el comercio y la administración, preparando a los estudiantes en estas áreas. Durante muchos años, se le denominó a estos estudios como Aspirante a Corredor, sin embargo se crearon otras carreras entre los años 1905 a 1936 como la de Contador de Comercio, Comerciante y Agente Viajero y Agente comercial.

En 1961, el Colegio de Corredores inicia gestiones en el Instituto para retomar el plan de estudios de la carrera de Aspirante de Corredor con la finalidad de actualizarlo y darle carácter de licenciatura, proponiendo un plan de cuatro años y en el mes de febrero de 1966 se inician los estudios de la Licenciatura de Relaciones Comerciales (vigente de 1966 a 1971). En ese momento se condiciona la impartición de esta carrera exclusivamente a la ESCA.

En el año de 1971-72, durante el sexenio del presidente Luís Echeverría se hace una completa e interesante reestructuración de la carrera; ya que; se propone el plan semestral con sistema de créditos y salida lateral, conformándose la licenciatura en ocho semestres. Dichas salida se otorgaba el término de los cuatro primeros semestres, obteniendo un diploma de profesional medio.

En 1989 sufre otra reestructuración el plan de estudios incorporando nuevas materias y fortaleciendo el tronco común con la finalidad de que tuviera los conocimientos

necesarios para incorporarse a la industria, banca y comercio. En este plan se fortalece el área mercadológica de un 24% al 44%.

Después se manejó el plan de estudios correspondientes a la reestructuración que se realizó en el año de 1999 en el que se observó una alta tendencia a la apertura comercial en México aumentando las áreas de ventas, comercialización y las TIC's. *(Plan de estudios LRC 2008:2).*

1.2 Misión

Formar profesionistas, directivos líderes, en la comercialización de productos y servicios, con una actitud emprendedora, innovadora, creativa, visionaria y dinámica, generando, aplicando y difundiendo conocimientos de calidad, mediante la utilización de tecnologías de vanguardia y con sólidos valores humanos que contribuyan al desarrollo sustentable del país, eleven la calidad de vida de la sociedad y contribuyan al desarrollo económico, social y político de país en un contexto de globalización. *(Plan de estudios LRC 2008: 3).*

1.3 Visión

Ser el principal agente de vanguardia en el área de las Relaciones Comerciales, caracterizado por su constante mejoramiento humano para atender y responder a las necesidades de los nuevos modelos de la gestión administrativa y comercial para contribuir al desarrollo económico social y político de la nación. *(Plan de estudios LRC 2008: 4).*

1.4 Objetivos de la Licenciatura

Formar profesionistas directivos en el área de la comercialización, con las competencias para administrar, brindar soluciones y encontrar oportunidades de desarrollo en forma ética, responsable y colaborativa que le permitan integrarse al sector productivo y servir a la sociedad, contribuyendo al progreso económico y social del país. *(Plan de estudios LRC 2008: 29)*

1.5 Perfil del egresado

El Licenciado en Relaciones comerciales habrá desarrollado las capacidades que se enlistan en el siguiente cuadro, mismas que permitirán ejercer la profesión de manera crítica y responsable ante la sociedad de la que forma parte:

CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES Y VALORES
<ul style="list-style-type: none"> Ⓢ Competencias específicas del L.R.C. Ⓢ Administrar eficientemente los recursos asignados de las empresas para las actividades comerciales. Ⓢ Diseñar estrategias para lograr los objetivos comerciales. Ⓢ Solucionar problemas y conflictos de la empresa. Ⓢ Encontrar oportunidades de desarrollo comercial. Ⓢ Satisfacer necesidades del consumidor mejor que la competencia. Ⓢ Exceder las expectativas del consumidor de manera rentable. Ⓢ Negociar con proveedores y clientes. Ⓢ Ejercer la comunicación integral en las etapas del proceso mercadológico. Ⓢ Desarrollar planes estratégicos de mercadotecnia, ventas y comunicación. Ⓢ Administrar las actividades de mercadotecnia en organizaciones públicas y privadas. Ⓢ Obtener y utilizar veraz y oportunamente la información mercadológica sobre las características, psicológicas, económicas y social de los consumidores o usuarios. Ⓢ Manejar el idioma inglés a nivel técnico comercial. Ⓢ Aplicar los resultados de las investigaciones de mercado para la toma de decisiones. Ⓢ Supervisar las actividades de ventas especializadas. Ⓢ Realizar campañas de ventas directas al consumidor. Ⓢ Proponer políticas o alternativas de solución a las empresas, con base en la información macroeconómica. Ⓢ Manejar los diferentes medios masivos y alternativos de la publicidad. Ⓢ Diseñar alternativas de distribución de productos. Ⓢ Organizar eventos empresariales. Ⓢ Manejar diferentes software relacionados a la comercialización Ⓢ Identificar mercados futuros de acuerdo al contexto económico mundial. Ⓢ Lanzar nuevos productos al mercado. Ⓢ Determinar la posibilidad de otorgar créditos a clientes. Ⓢ Recuperar carteras vencidas. Ⓢ Controlar la fuerza de ventas. Ⓢ Administrar el departamento de ventas en las organizaciones. Ⓢ Determinar la posibilidad de registrar una marca comercial. Ⓢ Manejar los diferentes medios masivos y alternativos de la promoción. Ⓢ Realizar evaluaciones financieras para planes de mercadotecnia. Ⓢ Realizar proyectos de investigación profesional relacionados a la mercadotecnia y comercialización. Ⓢ Diseñar estrategias y tácticas comerciales adecuadas a la empresa. Ⓢ Elaborar un plan de negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> Ⓢ Trabajar en equipo en forma creativa e innovadora Ⓢ Resolver problemas de comercialización que conduzcan a la toma de dediciones en forma adecuada y oportuna en beneficio de la organización. Ⓢ Saber comunicarse de manera correcta en forma oral, escrita y gráfica. Ⓢ Tomar de decisiones comerciales con base en información interna y externa de la empresa. Ⓢ Ejercer un liderazgo efectivo con los equipos de trabajo bajo su responsabilidad. Ⓢ Tener visión de negocios para el desarrollo de nuevos negocios. Ⓢ Negociar los convenios de intercambio de bienes y servicios. Ⓢ Contar con capacidad analítica y crítica para evaluar información que se obtenga del mercado y las organizaciones. Ⓢ Manejar adecuadamente las presiones laborales. 	<ul style="list-style-type: none"> Ⓢ Actitudes Ⓢ Actitudes Ⓢ De servicio Ⓢ Competitivo Ⓢ Empático Ⓢ Asertivo Ⓢ Disposición de integración a equipos de trabajo multidisciplinario Ⓢ Valores Ⓢ Integridad. Ⓢ Responsabilidad Ⓢ Tolerancia Ⓢ Respeto Ⓢ Compromiso Ⓢ Ejercer sus actividades profesionales con ética, considerando el desarrollo sustentable, social y económico.

Cuadro 1. Competencia, habilidades, actitudes y valores del LRC. (Plan de estudios LRC 2008: 35-38).

La formación del Licenciado en Relaciones Comerciales, le permitirá ser un líder, competitivo para desarrollar sus actividades laborales de pensamiento estratégico y analítico, apostando siempre a sus principios, empático, con compromiso social, capaz de resolver problemas mercadológicos de la mejor manera y ser un excelente negociador de convenios de intercambio de bienes y servicios obteniendo los mejores resultados en cada situación.

1.6 Materias de la licenciatura, aplicadas en la práctica profesional

Los conocimientos aprendidos en la L.R.C., fueron empleados durante el periodo de prácticas profesionales, al ejecutar estrategias de venta y post-venta en el seguimiento de los planes de mercadotecnia.

Durante el periodo de las Prácticas profesionales se aplicaron algunas asignaturas de la LRC que tuvieron mayor influencia en el trabajo de la practicante estas fueron, la mercadotecnia, publicidad y ventas, las cuales cumplen con objetivos del área y se describen a continuación:

- Ⓢ **Publicidad:** Aplicar las competencias necesarias para llevar a cabo la difusión de bienes y servicios, con herramientas como: campañas de publicidad, donde se incluyen exposiciones, planes de medios y estrategias creativas para dar a conocer las ventajas de los bienes y servicios en forma oportuna. En un marco de compromiso social con el consumidor, manteniéndose al tanto de los avances existentes en el desarrollo económico del país y tomando en cuenta la globalización.
- Ⓢ **Mercadotecnia:** Aplicar, controlar y utilizar todas las variables que le competen, colaborando así en el desarrollo de las empresas. Podrá contar con la capacidad para analizar las situaciones que se presenten para detectar las áreas de oportunidad existentes, siempre en un ambiente de confidencialidad, objetividad; y así conformar las competencias necesarias para desarrollar planes de mercadotecnia aplicables a los diferentes entes económicos, a través del conocimiento de los diferentes mercados, el cliente y el producto.

- @ **Ventas:** Preparar profesionales con una actitud competitiva, capaces de enfrentar, retos a nivel directivo para el logro constante de objetivos y metas en una de las áreas más importantes de la empresa; que estén comprometidos con las necesidades comerciales y económicas del país, capaces de tomar decisiones cruciales para el desarrollo y fortalecimiento de las empresas con base en las habilidades y herramientas de comercialización para la negociación y referentes al área de ventas.

Es preciso conocer cada asignatura que fue de gran ayuda para la practicante en el momento de desarrollar todas sus actividades, es por ello que en el siguiente cuadro, se puede apreciar el desarrollo de todas las materias que la practicante empleo en el área de Atención al Cliente, de las asignaturas correspondientes a la Licenciatura en Relaciones Comerciales:

ÁREAS/ASIGNATURA			
SEMESTRE	MERCADOTECNIA	VENTAS	PUBLICIDAD
1	Introducción a la mercadotecnia		
2	Ventas		
3	Mercadotecnia táctica	Venta especializada	
4	Mercadotecnia estratégica	Promoción de ventas y relaciones publicas	Introducción a la publicidad
5	Mercadotecnia directa	Administración de ventas	Medios publicitarios
6	Administración de productos		
7	Taller de mercadotecnia táctica	Taller de dirección de ventas	Administración de la comunicación
8	Taller de dirección de mercadotecnia		Taller de comunicación comercial

Cuadro 2. Cuadro de materias por semestre del plan 99 de la carrera de LRC, aplicadas a la práctica profesional. *(Elaboración propia).*

Personalmente, las materias anteriormente mencionadas son las más importantes en la curricular de la Licenciatura en Relaciones Comerciales ya que son la base para el desarrollo de las principales actividades de una empresa que genera el mayor porcentaje de ingresos.

1.7 Identificación de las asignaturas aplicadas a la práctica profesional

A continuación, se desglosan las asignaturas que se implementaron dentro de las actividades desarrolladas en las prácticas profesionales, en el área de Atención al Cliente de “**MÉXICO EN RENTA**”. Con base en el mapa curricular de la Licenciatura en Relaciones Comerciales del plan de estudios 99:

MATERIA	UNIDAD	TEMA	SUBTEMA
Introducción a la mercadotecnia	VI. Distribución	6.1 Logística mercadológica 6.11 La venta personal	6.11.2 Venta personal 6.11.3 Administración de la fuerza de ventas
	VII. Promoción	7.1 Comunicación 7.3 Publicidad 7.4 Promoción de ventas 7.5 Relaciones públicas	7.1.1 Concepto y proceso 7.3.2 Medios y presupuesto

Cuadro 3. Materias y temas de primer semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relacionan a través de las prácticas profesionales. (Elaboración propia).

MATERIA	UNIDAD	TEMA	SUBTEMA
Ventas	V. La organización del vendedor	6.2 Como obtener la información	6.2.1 Interna 6.2.2 Directa 6.2.3 Promociones 6.2.4 A través de prensa

Cuadro 4. Materias y temas de segundo semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relacionan a través de las prácticas profesionales. (Elaboración propia).

MATERIA	UNIDAD	TEMA	SUBTEMA
Mercadotecnia Táctica	I. El mercado	1.8 Segmentación y selección del mercado meta	
	IV. Tácticas de producto	4.1 Concepto de producto	4.1.1 Nombre comercial 4.1.2 Diseño atractivo 4.1.3 Promesa de satisfacción 4.1.4 Diferenciación
	VII. Tácticas de promoción y publicidad	7.1 Submezcla de mercadotecnia	7.1.1 Promoción 7.1.2 Publicidad 7.1.3 Venta personal 7.1.4 Promoción de ventas 7.1.5 Relaciones públicas
Venta especializada	III. La venta en el mercado de los servicios	3.5 El servicio en la venta de servicios	3.5.1 Servicios antes de la compra 3.5.1.1 Información completa sobre la venta 3.5.2 Servicio de compra 3.5.2.1 Información suplementaria 3.5.2.2 Información continua sobre el proceso de tramitación

Cuadro 5. Materias y temas de tercer semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relacionan a través de las prácticas profesionales. (Elaboración propia).

MATERIA	UNIDAD	TEMA	SUBTEMA
Mercadotecnia estratégica	IV. Plan de mercadotecnia	4.2 Seis pasos para desarrollar un plan de mercadotecnia 4.3 Propósito del plan de mercadotecnia	
	V. Estrategias del plan de mercadotecnia	5.1 Estrategia de producto 5.2 Estrategia de precio 5.3 Estrategia de distribución 5.4 Estrategia de promoción	5.4.1 Creatividad 5.4.2 De medios
Promoción de ventas y relaciones públicas	V. Las relaciones públicas como función de la organización	5.1 Ubicación de las relaciones públicas en el concepto mercadológico 5.2 Las relaciones publicas como función integral de la organización	5.1.1 La submezcla de promoción
Introducción a la publicidad	III. La publicidad y la mercadotecnia	3.1 La publicidad y la mercadotecnia	3.1.2 Estrategias de mercadotecnia
	IV. La planeación publicitaria	4.3 Estrategias del mensaje	4.3.1 Estrategia de mensaje 4.3.2 Premisa de ventas 4.3.3 Ejecución

Cuadro 6. Materias y temas de cuarto semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relacionan a través de las prácticas profesionales. (Elaboración propia).

MATERIA	UNIDAD	TEMA	SUBTEMA
Mercadotecnia directa	V. Correo dirigido	5.1 Formatos de correo dirigido 5.2 Consideraciones en general 5.3 Consideraciones económicas	
Administración de ventas	VI. Control de ventas	6.1 Establecimiento de los medios de controles de venta 6.2 Controles sobre resultados 6.3 Recopilación y concentración de datos	
Medios publicitarios	II. El plan de medios	2. 1 Audiencia meta 2.2 Función de planeación de medios 2.3 Operaciones en la planeación de medios 2.5 Objetivos de los medios	2.3.1 Fuentes de información y análisis 2.3.2 Fuentes de mercadotecnia 2.3.3 Fuentes creativas 2.3.4 Fuentes de los medios 2.5.1 ¿Cómo encontrar la audiencia meta? 2.5.2 Estrategia de cobertura 2.5.5 Desarrollo de estrategias

Cuadro 7. Materias y temas de sexto semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relaciona con las prácticas profesionales. (Elaboración propia).

MATERIAS	UNIDAD	TEMAS	SUBTEMAS
Administración de productos	I. Aspectos empresariales e introductorios	1.1 La importancia de producto: El consumidor y la sociedad para la empresa	

Cuadro 8. Materias y temas de sexto semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relaciona con las prácticas profesionales. (Elaboración propia).

MATERIA	UNIDAD	TEMA	SUBTEMA
Taller de mercadotecnia táctica	VI. Promoción y publicidad	6.3 Diseño del mensaje publicitario 6.4 Programa de medios 6.5 Selección de la promoción de ventas 6.6 Selección de instrumentos de relaciones publicas	6.5.1 Desarrollo del programa de promoción de ventas
Administración de la comunicación	II. La agencia de publicidad o empresa	2.1 Concepto de agencia de publicidad 2.5 Área de medio	2.1.1 Organización de las agencias de publicidad en México 2.5.1 Planeación 2.5.2 Producto 2.5.3 Audiencia meta
	V. La campaña integral de la comunicación publicitaria	5.3 Plan de medios	5.3.1 Producto 5.3.2 Audiencia meta

Cuadro 9. Materias y temas de séptimo semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relaciona con las prácticas profesionales. (Elaboración propia).

MATERIA	UNIDAD	TEMA	SUBTEMA
Taller de dirección comercial y mercadotecnia	III. Planeación estratégica mercadológica	3.1 Plan estratégico de negocios 3.2 Plan estratégico mercadológico	3.1.2 Análisis de las fuerzas y debilidades de la empresa y sus oportunidades y amenazas (FODA). 3.2.1 El mercado meta y los segmentos que debe atender
	IV. Portafolio de productos	4.1 Proponer nuevos productos utilizando las siguientes estrategias mercadológicas	4.1.1 Expansión de la mezcla de productos
Taller de comunicación comercial	I. La empresa productora de bienes y servicios y su comunicación social	1.5 Promoción	1.5.1 Publicidad 1.5.2 Promoción de ventas 1.5.3 Relaciones públicas 1.5.4 Capacitación a la fuerza de ventas
	III. La agencia de publicidad y sus requerimientos mercadológicos	3.2 Plan de mercadotecnia	3.2.1 Objetivos de mercadotecnia 3.2.2 Estrategias de mercadotecnia 3.2.3 Objetivos publicitarios 3.2.4 Estrategia publicitaria 3.2.5 Fijación de plazos

MATERIA	UNIDAD	TEMA	SUBTEMA
	IV. Plan de comunicación comercial	4.1 Plan de comunicación comercial y estrategia creativa	4.1.3 Objetivo publicitario 4.1.4 Mercado meta 4.1.5 Posicionamiento 4.1.6 Promesa básica o beneficio 4.1.7 Razonamiento de apoyo 4.1.8 Tono/estilo/atmosfera 4.1.9 Slogan 4.2.1 Planeación de medios
		4.2 Plan y estrategia de medios	4.2.2 Producto 4.2.3 Audiencia meta 4.2.4 Objetivo
	V. Producción publicitaria en medios electrónicos	5.1 Lenguaje televisivo	5.1.1 La imagen 5.1.2 El texto y los efectos de sonido 5.1.3 Los efectos espaciales visuales 5.1.4 Silencio auditivo y visual 5.7.1 Guión técnico
		5.7 Preproducción (del mensaje)	5.7.2 Guión literario 5.7.3 Spot

Cuadro 10. Materias y temas de octavo semestre de la Licenciatura en Relaciones Comerciales que se relaciona con las prácticas profesionales. (Elaboración propia).

Lo anterior, le sirvió a la practicante para combinarlo con las actividades propias de las áreas de la empresa, las cuales son:

Mercadotecnia: Si a mercadotecnia nos referimos en Atención al Cliente, entonces hablamos de la planeación, implementación y revisión de resultados de las estrategias de la empresa para garantizar la satisfacción del cliente. Pero ahí no termina el proceso, sino que se le da seguimiento, con el objetivo de mejorar las estrategias utilizadas para obtener la fidelización del cliente.

Publicidad: Dentro del área de Atención al Cliente, la empresa buscan resguardar la promoción de sus servicios, a través de tácticas y estrategias que logren generar un mensaje publicitario que manifieste un servicio integro, lleno de confort, privacidad y seguridad, que sea preciso del mercado la que nos dirigimos, es por eso que cada propiedad debe contener un texto personalizado, pero hablando en términos generales, deben de reflejar el confort, la privacidad y la seguridad que recibirá el huésped, por tal motivo el mensaje debe ser específico y muy claro para los receptores.

Ventas: Conocer el servicio que se ofrece es una de las características más valiosas para llegar al cierre de una venta, así como la identificar cuáles son las necesidades del cliente, para ofrecer un servicio de calidad y no solo lograr los objetivos de ventas de la empresa sino incrementarlos.

Un Licenciado en Relaciones Comerciales, es capaz de desarrollar un perfil idóneo para la realización de prácticas profesionales en diferentes áreas de una empresa pública o privada no importando su giro empresarial, en este caso la practicante eligió a la empresa **“MÉXICO EN RENTA”** por ser una pequeña empresa dedicada a ofrecer servicios de hospedaje por internet. La empresa lleva posicionada en el mercado aproximadamente 10 años y maneja un concepto de hospedaje temporal al Sur de la Ciudad de México, y con un alcance internacional, un concepto rentable capaz de que la empresa siga ganando mayor posición en el mercado.

CAPÍTULO II

ÁNALISIS DE LA EMPRESA

“MÉXICO EN RENTA”

Objetivo:

Conocer detalladamente la situación en la que se encuentra la empresa para poder conocer su público objetivo, sus programas y los servicios que ofrece, así mismo la forma en que está conformada el área de Atención al Cliente.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE LA EMPRESA “MÉXICO EN RENTA”

2.1 Historia

El Lic. José Alberto Ávila Sánchez, originario del estado de Querétaro, siempre se consideró una persona emprendedora, decidió viajar al Distrito Federal para cursar la preparatoria y al concluirla comenzó a trabajar en diferentes inmobiliarias.

Con su experiencia al cabo de 30 años de edad conoce a su esposa la Lic. Monik Rosales. Es por medio de su esposa que el Lic. Ávila conoce a quien sería su socia la C. María Mercedes Pérez Venegas y deciden abrir su empresa de hospedaje. El Lic. Ávila decide desde el principio que las personas que formaran parte de su empresa y tuvieran una característica que no podría negociarse y es que fuesen estudiantes al mismo tiempo.

La empresa se fundó en el 2002 con capital de aproximadamente 1.5 millones de pesos de José Alberto Ávila Sánchez y su cuñada María Mercedes Pérez Venegas, el capital con el que se contaba al principio estaba conformado por dos propiedades que ahora podemos identificar con el nombre de Interlomas chic y Tis-tik.

La propiedad Interlomas Chic es un hermoso departamento que como su nombre lo describe se encuentra en el centro de Interlomas, Estado de México. Ubicado en un edificio compartido de 15 departamentos de pisos completos los cuales comparten el lobby y piscina, esta propiedad al igual que Tis-tik estaba considerada para ser rentada, pero los socios decidieron que no se rentaría y su uso sería que los socios la utilizaran para razones personales.

A finales de este año se realizó la adquisición de una propiedad más, Casa Caracol, una casa tres niveles que su concepto destaca por ser, más que departamentos suites totalmente equipadas muy parecidas a las de un hotel convencional, con la diferencia de que cada una llevaría un estilo muy diferente.

El plan de la empresa era aumentar sus ventas y así mismo comprar otras propiedades para crecer en el mercado y para 2006 Ávila con ayuda de su esposa cierran el contrato de compra-venta de la propiedad que denominaron “Moras”, ya que se encuentra en la Calle Moras 1254, Colonia Florida, Del. Álvaro Obregón C.P. 01030, México D.F. Este inmueble consta de 15 departamentos repartidos en tres secciones de dos niveles.

Al principio solo se contaba con una pequeña oficina donde se atendía a los clientes, pero después de la adquisición de la propiedad “Moras”, la empresa comienza a aumentar sus ingresos y se realiza la mejora de la oficina convirtiéndola en recepción mejorando la imagen de la empresa, además de que en el 2007 realiza la compra de dos departamentos denominados “Periféricos” estos están ubicados sobre Periférico a la altura de la Colonia Merced Gómez, Álvaro Obregón, 01010 Ciudad de México, D.F.

Los dos departamentos comparten el segundo nivel de un edificio de cuatro niveles, los servicios que maneja estos departamentos serían los básicos (agua, gas y Luz) sin ninguna modificación ya que así fue acordado desde su compra.

Definitivamente la empresa estaba incrementando favorablemente sus ingresos y se decide implementar la primera remodelación en los 3 inmuebles (Tis-tik, moras y periféricos), comenzó en Marzo del 2009.

La remodelación a cargo del arquitecto Javier Ramos consistió en que todos los departamentos fueran pintados nuevamente y los muebles restaurados, se concluyó hasta finales de mayo del 2010.

Finalmente en el 2012, la empresa adquiere dos nuevas propiedades, Casa Vito alessio Robles y Casa San Ángel. Estas casas tienen una capacidad de hasta 15 personas y cuentan con todos los servicios, las características que comparten son amplias habitaciones, cocina integral y comedor de 10 lugares, espacioso patio, cajones de estacionamiento y todos los servicios.

Con el respaldo de las nuevas dos propiedades adquiridas, se creó un concepto totalmente diferente al que la empresa había manejado hasta ahora, “Hospedaje por

grupos”, consiste en grupo de más de seis personas que desean mayores descuentos y mejor atención.

En este mismo año, la empresa realiza su última adquisición de un edificio de 4 departamentos de la propiedad Sagredo uno por nivel, pero no tardo mucho para que se invirtiera en el edificio y pronto se convirtiera en una propiedad de 13 departamentos. Una vez concluido este proyecto al poco tiempo se dio paso para el inicio de la segunda remodelación de 5 inmuebles, con un programa de 2 años.

Comercialmente la empresa incursiono en el mercado como **“MÉXICO EN RENTA”**, sin embargo legalmente es una sociedad anónima de capital variable y su registro para la escritura constitutiva es ECONOSUITES MÉXICO S.A de C.V., con fecha del 27 de Mayo del 2002, al amparo permiso número 0910096, extendido por la Secretaria de Relaciones Exteriores.

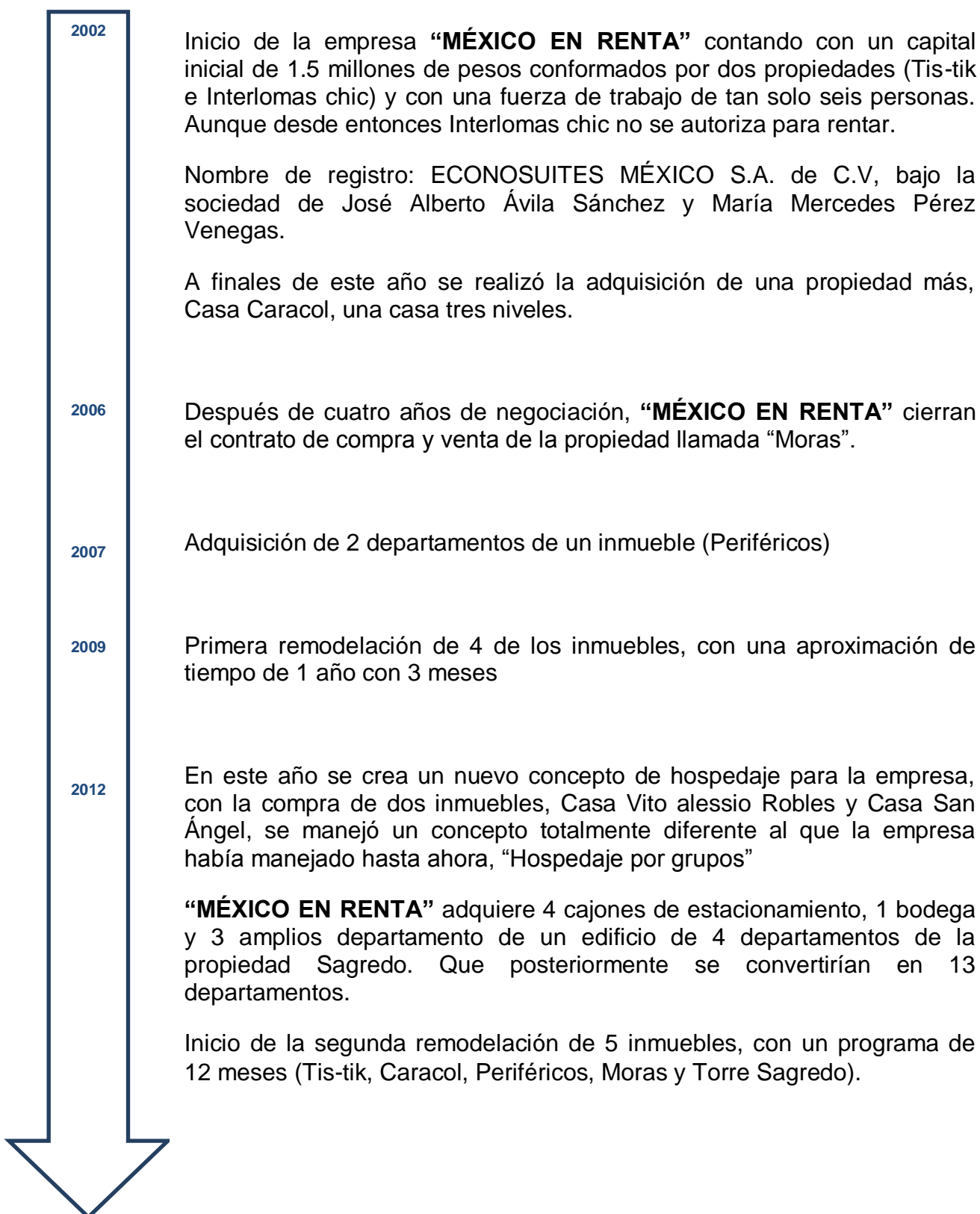
La dirección de Internet es www.mexicoenrenta.com.mx y sus oficinas están ubicadas en Calle Sagredo 253, Colonia Guadalupe Inn, Álvaro Obregón C.P. 01020, México D.F. Líneas telefónicas nacionales 55 93 62 76/35 e internacionales (011 -52) 55 93 62 76/35.

“MÉXICO EN RENTA” se considerada una empresa pequeña que cubre la satisfacción de hospedaje Temporal del Sur del Distrito Federal, y a pesar de ser una empresa pequeña compite con las cadenas más grandes de Hoteles, gracias a su trascendencia internacional y su concepto nuevo en el mercado de servicio.



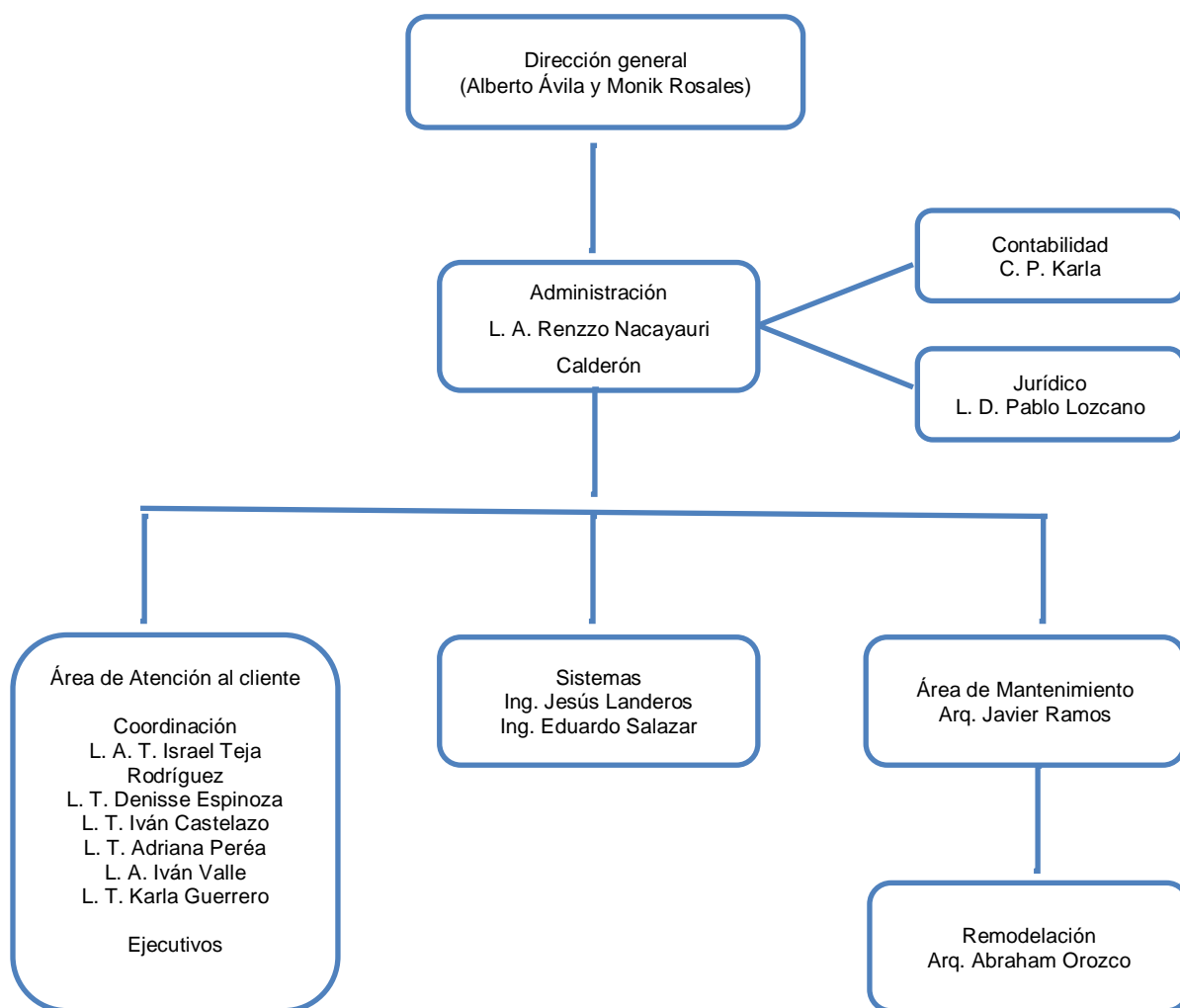
Imagen 1. Logotipo de la empresa **“MÉXICO EN RENTA”**.

2.1.1 Cronograma de “MÉXICO EN RENTA”



2.2 Organigrama de “MÉXICO EN RENTA”

El siguiente cuadro muestra un organigrama de tipo vertical que contiene la estructura para la empresa, según el manual de procedimientos de la empresa. Este organigrama representa la autoridad que se le otorga a cada una de las áreas por las que está conformada, así mismo se incluyen los nombres de quienes las representan. Para la empresa es de gran importancia mantener bien estructurado su organigrama para llevar un control mando en la delegación de responsabilidades.



Cuadro 11. Organigrama de la empresa (Manual de Procedimiento “MÉXICO EN RENTA”).

Sin embargo, la practicante señala que el clima de trabajo es diferente al que se expresa en el organigrama anterior, en realidad la comunicación interna es más fluida, debido a que la empresa es pequeña y todas las áreas tienen comunicación entre sí.

Una de las principales vía de comunicación de la empresa es su sistema (*turisiscom*) cada personal de la empresa maneja una cuenta al acceso se registra automáticamente la asistencia. Los ejecutivos pueden agendar citas, capturar notas importantes acerca de la reservación o estancia de algún cliente y realizar observaciones del algún departamento, los cambios efectuados pueden ser vistos por todos con el objetivo de crear confiabilidad y seguridad tanto a los ejecutivos como a los clientes.

La importancia de sistema *turisiscom*, es mantener actualizada a toda la empresa de ya que toda acción hecha físicamente debe estar registrada correctamente antes de realizarse.

De esta manera si hubo un cambio en alguna renta ya sea nueva o de seguimiento inclusive si el departamento necesita algún cambio, se garantiza que todas las áreas y turnos estén enterados; excepto contabilidad y jurídico que se manejan por outsourcing.

Si se presenta un caso urgente, los ejecutivos no pueden esperar a realizar el registro después a que se valide este y se dé la autorización, la respuesta tiene que ser inmediata y aún más si el cliente se encuentra esperando en la recepción.

Es este el momento donde se da paso al clima de trabajo fluido, donde todos los miembros de la empresa mantienen comunicación para resolver los casos emergentes con la mayor rapidez posible, aumentando de productividad y garantizando el servicio de atención personalizada.

Seguir manteniendo el clima fluido en la empresa por todos los miembros de la empresa representa la satisfacción de su trabajo realizado y garantizar que está hecho con la mayor eficiencia posible y al mismo tiempo la generación de relaciones duraderas que permitan conservar el respeto para comunicarse entre sí evitando inconvenientes entre las áreas.

A continuación, se representa gráficamente el clima de trabajo, que se explicó anteriormente y que en la actualidad se vive dentro de la empresa “MÉXICO EN RENTA”, donde la comunicación es muy fluida por todos los miembros

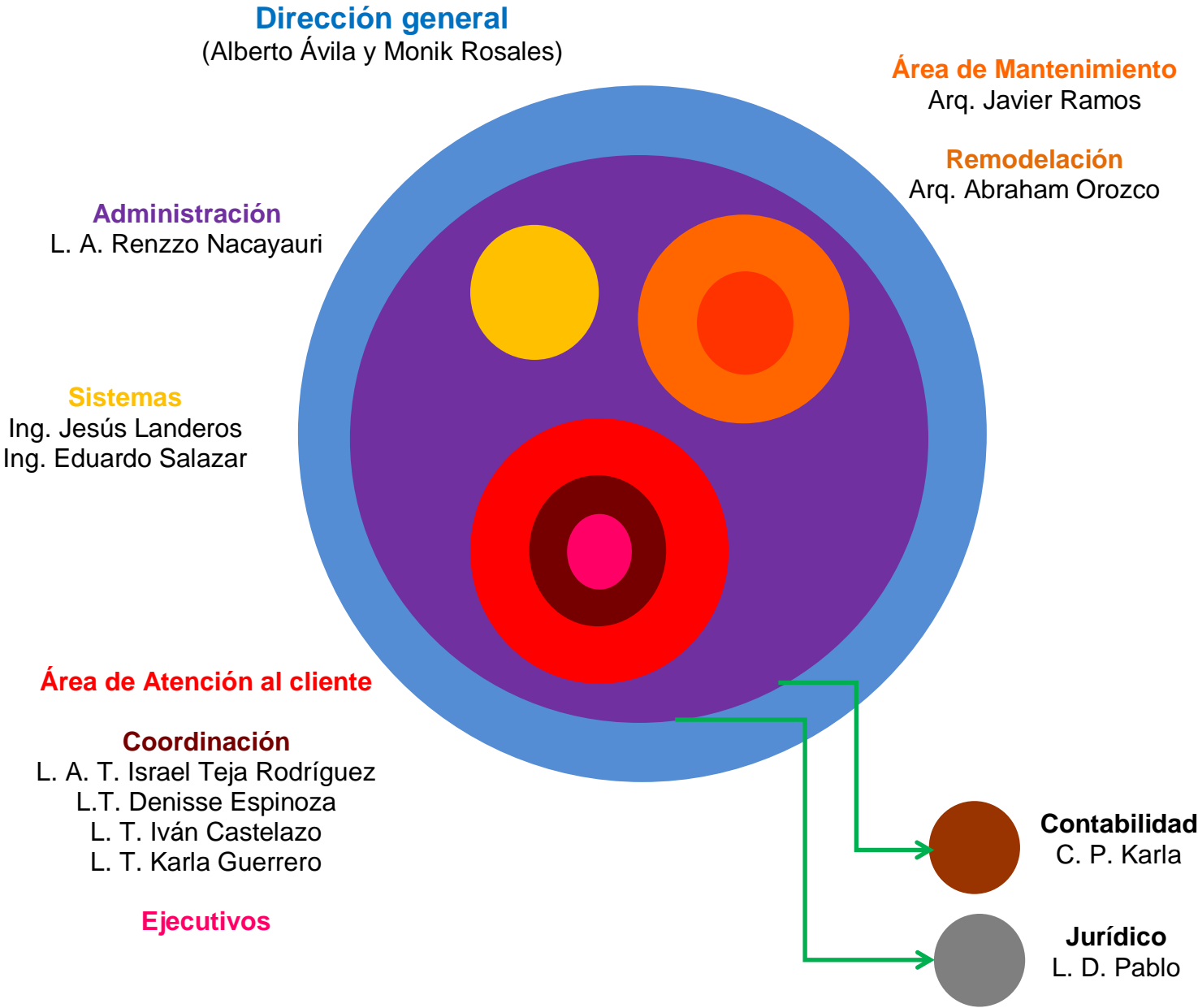


Imagen 2. Clima de trabajo de “MÉXICO EN RENTA” (Elaboración propia).

2.3 Políticas generales

“MÉXICO EN RENTA” no maneja un estatuto donde se especifiquen las políticas que la rigen sin embargo, existen como en cualquier empresa. Para poder plasmarlas, directamente se contó con el apoyo de administración, para la realización de las siguientes políticas:

Políticas de los empleados:

- Ⓢ La asistencia, el personal solo podrá ser mediante el registro del empleado al ingresar al sistema de la empresa.
- Ⓢ Ningún empleado deberá tener el mismo usuario o contraseña.
- Ⓢ Para realizar cambios de contraseña o usuario, deberá consultarse a administración.
- Ⓢ El personal tiene la disposición de tomar decisiones con respecto a sus actividades, en caso de presentarse alguna complicación deberá acudir a administración.
- Ⓢ Diariamente el ejecutivo de atención al cliente debe de subir a la web 20 anuncios como mínimo.
- Ⓢ En caso de realizar una cita para mostrar los departamentos, deberá ser en los horarios del ejecutivo en turno, de lo contrario el ejecutivo que lo reciba obtendrá el 50% de la comisión.
- Ⓢ Cada ejecutivo tendrá asignada una cuenta en el sistema de *turisiscom*, donde tendrá la obligación de registrar en la base de datos a todos los clientes, llamadas, pagos, observaciones o modificaciones de estancia.
- Ⓢ La base de datos de cada ejecutivo deberá de mantenerse actualizada.

Políticas de Pagos:

- Ⓢ Todos los trámites deberán realizarse en recepción.
- Ⓢ Se puede realizar cambio de mobiliario, siempre y cuando las estancias sean mayores a 2 meses.

- ☉ En el caso de Pagos PAYPAL, la solicitud de pago será enviada al correo de la persona responsable del departamento, quien tendrá que estar registrada y entregar copia de identificación.
- ☉ Para realizar una reservación se tiene que cubrir el 50% de la estancia.
- ☉ En caso de que la renta sea pagadera mensualmente, tendrá que ser en la misma fecha de todos los meses, sin excepción.
- ☉ De la misma manera en que se realiza el pago del depósito en garantía, será reembolsado.
- ☉ Si el departamento sufre algún daño, se tomara a cuenta del depósito en garantía, reembolsando únicamente.
- ☉ Pago con factura IXE:
ECONOSUITES MÉXICO S.A. DE C.V. / No. De cuenta ch3-0001662430-0 / clabe: 032180000166243000
- ☉ Pago con factura HSCBC
ECONOSUITES MÉXICO S.A. DE C.V / Cuenta 4052883584 / Clabe interbancaria 021180040528835849 /
- ☉ Pagos sin factura:
IXE Banco / clabe interbancaria 0321 8000 01 12816698 / Transferencia a Monik María Rosales Morfín
- ☉ Cheque sin leyenda de no negociable, ni para abono en cuenta del beneficiario, ni cruzado y deberá estar a nombre de :

Moras	(Dulce María Ávila Sánchez)
Tis-tik	(Dulce María Ávila Sánchez)
Caracol	(Monik María Rosales Morfín)
Torre Sagredo	(Monik María Rosales Morfín)
Torre Periférico	(José Alberto Ávila Sánchez)
- ☉ PAYPAL:
Pago E.U.: Canadá y Sudamérica Merrill Lynch (el formato será adjuntado en el correo).
Pago desde Europa: Transferencia a suiza (el formato será adjuntado en el correo).

Políticas de cancelación

Una vez hecho el pago no se aceptan cancelaciones, solo en casos especiales y con previa autorización de Dirección y Contaduría.

Estancia pagada	Penalización
Ⓢ 1 a 7 noches	1 noche
Ⓢ 8 días a 1 mes	50%
Ⓢ Más de 1 mes a 3 meses	1 mes
Ⓢ Más de 3 meses a 6 meses	1 mes y medio
Ⓢ Más de 6 meses a 1 año	2 meses

Políticas de desocupación

- Ⓢ Las horas estipuladas de entrada y salida de clientes a nuestras suites.
Check in a las 14:00 horas / Check out a las 12:00 de día (máximo 13:00 horas).
- Ⓢ Si por alguna razón, los clientes van a salir más tarde tienen que avisar con anticipación para la previa autorización.
- Ⓢ Si se queda una noche tiene que avisar al medio día, que va a alargar su estancia.
- Ⓢ Ampliar estancia una semana más, avisar 24 horas antes.
- Ⓢ Ampliar estancia un mes más, avisar 1 semana antes.
- Ⓢ Ampliar estancia un mes más, avisar con un mes de anticipación.

Políticas de orden

- Ⓢ Después de las 21:00 horas de la noche no se permite tener música a alto volumen en las suites, ni ruido.
- Ⓢ No se permite hacer fiestas ni cualquier tipo de reunión, solo las personas registradas podrán entrar a las habitaciones.
- Ⓢ Si los clientes van a tener visitas, tienen que avisar al momento de rentar la suite y no se permiten las visitas después de las 21:00 horas de la noche.

- Ⓢ Se debe mantener cerrada la puerta del edificio para seguridad de todos.
- Ⓢ Los clientes deben apagar las luces antes de salir de la suite.

Políticas de Costos extras

- Ⓢ Estacionamiento.
- Ⓢ Pensión de 08:00 horas a 20:00 horas.
- Ⓢ Limpieza intensiva.

Políticas de las Juntas

- Ⓢ Las juntas de coordinación no podrán llevarse a cabo, con la ausencia de Administración.
- Ⓢ Deberán tener una frecuencia de dos veces por mes.
- Ⓢ En caso de cumplirse el número de junta, el coordinador tendrá la obligación de justificar a administración el motivo.
- Ⓢ Si la coordinación no justifica el hecho de no haber realizado el total de las juntas se hará acreedor a una sanción..
- Ⓢ Los formatos para la presentaciones a juntas de coordinación y dirección será en Excel, Fuente arial 12, con caratula individual o por equipo, según sea el caso y con un mínimo de 10 diapositivas.
- Ⓢ Al término de cada junta realizada se deberá realizar la minuta, que será entregada a cada participante.

Políticas de administración

- Ⓢ Se faculta al área de administración a supervisar a los coordinadores de manera directa e inmediata.
- Ⓢ Se deberá entregar un reporte semanal por parte de administración, dirigido a la dirección donde presente los avances, problemas, conciliaciones, etc.
- Ⓢ Todas las sanciones, cartas de llamadas, aclaraciones de pagos y comisiones, serán autorizadas únicamente por administración.
- Ⓢ Administración enviará diario un balance de los cortes de pago, por sistema.

- Ⓢ Administración será el único que decida si un descuento extra o alguna concesión es aceptada.

2.4 Mercado

“**MÉXICO EN RENTA**” es una empresa de hospedaje temporal que cubre tan solo la zona sur del Distrito Federal, ya que se considera la zona más turística, durante su período de desarrollo la empresa, se ha percatado de las diferentes necesidades del mercado modificando continuamente sus estrategias de venta.

Este continuo cambio de servicios, le ha traído a la empresa grandes beneficios y un crecimiento rápido, tanto que en diez años ha logrado tener cinco inmuebles y dos casas. De acuerdo a cifras más recientes hubo un registro de hospedaje en el Distrito federal de 19 ,933 ,014 personas. (INEGI 2009)

Esto significa que, “**MÉXICO EN RENTA**” tiene una audiencia del 0.09% de mercado total, estas cifras significan para la empresa un crecimiento importante dentro del mercado. La empresa genera un promedio de ingresos mensuales de \$480, 000.00, lo cual se puede decir que es totalmente rentable.

Ese crecimiento se atribuye al área de Atención al Cliente, que dentro de sus actividades se encuentra la elaboración, desarrollo o seguimiento de un proyecto asignado a los coordinadores. En algunos de los proyectos también se trabaja con el apoyo de los arquitectos.

Conforme el tiempo se han creado, desarrollado y concluido con algunos proyectos como lo son:

1. Compara de nuevas propiedades.
Áreas: Atención al cliente y Arquitectos.
Estado: Concluido 2005.
2. Paquetes de estancias.
Áreas: Atención al cliente.
Estado: Desarrollo.

3. Convenios con empresas.
Áreas: Atención al cliente.
Estado: Desarrollo.
4. Creación de un portal web, para anunciarse gratuitamente.
Áreas: Atención al cliente.
Estado: Proyecto.
5. Remodelación temática de los departamentos.
Áreas: Atención al cliente y Arquitectos.
Estado: Concluido 2011.
6. Programa “Clientes frecuentes”.
Áreas: Atención al cliente.
Estado: Desarrollo.
7. Regaderas sustentables.
Áreas: Atención al cliente y Arquitectos.
Estado: Desarrollo.
8. Publicidad local.
Áreas: Atención al cliente.
Estado: Desarrollo.
9. Servicio de hotel
Áreas: Atención al cliente.
Estado: Desarrollo.

2.5 Logros

Los acontecimientos más importantes que ha tenido “**MÉXICO EN RENTA**” hasta ahora han sido solo dos: La compra de la propiedad “Moras” y la integración del nuevo concepto “Hospedaje por Grupos”.

En el 2006, la empresa adquirió la propiedad “Moras” con 15 departamentos en su interior. En especial éste fue el mayor logro de la empresa, ya que estos departamentos son los más rentados por su costo y ubicación.

Al incluir estos departamentos en la cartera de la empresa significo enormes ganancias, tanto que, desde el inicio de la empresa habían pasado 4 años aproximadamente desde que la empresa no había tenido ningún cambio importante, pero a raíz esto, la empresa comenzó a tener más capital para invertir y se acortaron los plazos de adquisiciones, remodelaciones y cambios en general de la empresa.

“MÉXICO EN RENTA” decide en el 2012 comprar dos propiedades más, Casa Vito Alessio Robles de 350 metros cuadrados y Casa San Ángel de 400 metros cuadrados.

Y con el respaldo de esta nueva adquisición, la empresa desarrolla el concepto de “Hospedaje de grupos”, al darse cuenta de la necesidad de hospedar grupos de más de cuatro personas en un mismo ambiente, sin embargo, en las otras propiedades era bastante difícil, ya que no siempre había departamentos disponibles en la misma propiedad, ni en el mismo piso o que los departamento fueran continuos.

Fue entonces que, la dirección autorizo el uso de las nuevas propiedades adquiridas para que ofrecer bajo el concepto de “Hospedaje en grupos”. Cabe mencionar que si en algún momento un cliente con menos de 6 personas desea renta la casa, puede realizarse, siempre y cuando se le dé prioridad a las rentas de más de seis personas.

En cuanto se implementó el servicio, seis meses después la casa San Ángel se rentó con una capacidad de 6 hasta 15 personas, está cuenta pertenece a un Sindicato y que hasta la fecha ha seguido rentando la propiedad.

Por otro lado, la Casa Vito Alessio Robles ha sido la única que ha mantenido en constante cambio y es rentada prioritariamente a grupos mayores de 6 y manteniendo una capacidad hasta 15 personas.

En términos de cifras, el promedio de las estancias de arrendamiento en la Casa Vito Alessio Robles es de 3 meses y con capacidad de ocho personas, aproximadamente. Al mismo tiempo estadísticamente la Casa Vito maneja un plazo de 2 semanas promedio, sin ninguna renta. Esto quiere decir que la adquisición de la Casa Vito Alessio Robles, fue sin duda un acierto significativo tanto para la empresa como para los ejecutivos.

2.6 Producto

Hoy en día “**MÉXICO EN RENTA**”, tiene 8 propiedades de las cuales solo oferta 6 y a su vez se convierten en 53 departamentos y 2 casas que posteriormente se describirán, estos generan un servicio de hospedaje con un costo mensual aproximado de \$480,00.00 en rentas nuevas y de rentas seguimiento.

Desde que se comenzó con la segunda remodelación, todos los departamentos adoptaron un estilo de acuerdo con el tema que le dio a cada inmueble excepto las casas, estas no fueron incluidas en el programa de remodelación.

A continuación se describen los inmuebles de la empresa “**MÉXICO EN RENTA**”, a excepción de Interlomas chic y Casa San Ángel, que son las propiedades que no están en oferta actualmente, todas las propiedades se diferencian por su estilo y se describe una pequeña introducción del inmueble, la cual podemos encontrar en su página de internet:

CASA TIS-TIK



Imagen 3. Fotografía de Casa Tis-tik, propiedad Querétaro (“**MÉXICO EN RENTA**”).

Edificio de estilo NACIONALISTA, con tendencias de simbolismo prehispánico en pisos y muros, realizados de talavera poblano y azulejo del bajío en una técnica catalana llamada trencadís.

Las escaleras, puertas, ventanas, barandales y terrazas están realizados en Herrería forjada artesanal, además de ser un diseño exclusivo del Arquitecto César Pellicer y López de Llergo. Además casa Tis-tik agrega a su decoración algunos arcos de medio punto realizados con ladrillo rojo recocido y un mural en su vestíbulo principal de herrería con técnicas especiales de soldadura y forjado. Este edificio cuenta con 11 departamentos repartidos en dos plantas, su ocupación y equipamiento puede variar para comodidad de nuestros clientes.

Propiedades:

- 📍 Monte Albán
- 📍 Tequila
- 📍 Morelia
- 📍 Cholula
- 📍 Todos Santos
- 📍 Real del Catorce
- 📍 Chechenitza
- 📍 San Cristóbal de las Casa
- 📍 Teotihuacán
- 📍 Querétaro
- 📍 San Miguel de Allende

TORRE SAGREDO



Imagen 4. Fotografía de Torre Sagredo, propiedad Volcanes (“MÉXICO EN RENTA”).

Edificio de los años 60’ con tendencia de «movimiento moderno», forrado en su fachada por materiales pétreos pulidos, en su interior prevalece el granito, (molienda de mármol) y cubierta de madera en muros en vestíbulo.

Este edificio está decorado en áreas comunes por una foto galería de monumentos de la Ciudad de México, además de albergar departamentos de diversas dimensiones de acuerdo a las necesidades del usuario con pisos de madera y cerámica.

Propiedades:

- | | |
|-------------|----------|
| 📍 La pela | 📍 Aire |
| 📍 TS 101 | 📍 Agua |
| 📍 TS102 | 📍 Fuego |
| 📍 Orquídeas | 📍 TS 301 |
| 📍 Tierra | 📍 TS 302 |
| 📍 Volcanes | 📍 Otoño |

MORAS SUITES



Imagen 5. Fotografía de Moras, propiedad Borola (“MÉXICO EN RENTA”).

Ubicadas en una de las colonias más bonitas de la ciudad, a unas cuadras de Coyoacán y a dos cuadras de la Av. Insurgentes. Está a unos pasos de Av. Barranca del muerto y a una cuadra de Av. Río Churubusco, muy cercana a Av. Insurgentes y periférico, convirtiéndola en la mejor ubicación para vivir en el sur de la ciudad.

- | | |
|-----------|------------|
| 📍 Moras 1 | 📍 Moras 7 |
| 📍 Moras 4 | 📍 Moras 8 |
| 📍 Moras 5 | 📍 Moras 9 |
| 📍 Moras 6 | 📍 Moras 10 |

- 📍 Julissa
- 📍 Olimpia
- 📍 Borola
- 📍 Malinche
- 📍 Sor Juana

- 📍 Antonieta Rivas de mercado
- 📍 Adelitas
- 📍 Tina Modotti
- 📍 Guera Rodríguez
- 📍 La catrina

CASA CARACOL



Imagen 6. Fotografía de Casa Caracol, propiedad Suite 6 (“MÉXICO EN RENTA”).

Edificio de tendencia post moderna que retoma elementos ornamentales del barroco en fachada, tales como cornisas, pechos de paloma, fuente y arcos de cantera en accesos y ventanas. La decoración exterior de esta casa mezcla detalles de «movimiento moderno» y del Barroco Novohispano, además de independizar las suites desde el exterior para comodidad e intimidad de nuestros clientes. Cuenta además con espaciosas terrazas para deleite de nuestros clientes. Lo mejor de todo esto es que hay estudios con precios increíbles.

- 📍 Caracol 1
- 📍 Caracol 2
- 📍 Caracol 3
- 📍 Caracol 4
- 📍 Caracol 5

- 📍 Caracol 6
- 📍 Caracol 7
- 📍 Caracol 8
- 📍 Caracol 9
- 📍 Caracol 10

TORRE PERIFÉRICO



Imagen 7. Fotografía de Torres Periférico, propiedad Tarahumaras (“MÉXICO EN RENTA”).

Edificio con tendencia FUNCIONALISTA de la segunda mitad del siglo XX, con pisos de mármol en áreas comunes y rápido acceso desde el circuito «Periférico», en su interior cuenta con pisos de parquet y recubrimientos acústicos que mejoran la experiencia del usuario con relación al bullicio citadino. Este inmueble alberga dos departamentos dedicados en su interior a dos culturas ancestrales, Huicholes y Tarahumaras.

- 📍 Tarahumaras
- 📍 Huicholes

CASA VITO ALESSIO ROBLES



Imagen 8. Fotografía de Casa Vito Alessio Robles (“MÉXICO EN RENTA”).

Casa ideal para familias que vienen a vivir a la ciudad de México, embajadas, o para hospedar ejecutivos extranjeros, con una ubicación privilegiada en una de las colonias más bonitas del sur de la Ciudad de México, arbolada cercana a los Viveros de Coyoacán, cercana a San Ángel, a media cuadra de av. Insurgentes sur, y a 2 cuerdas de av. Universidad, cercana a teatros, centros de negocios, plazas comerciales, cines, restaurantes, club France, club Libanes, UNAM, en fin esta preciosa residencia es única en su tipo, se renta por semana, mes, o año y las tarifas varían de acuerdo a la estancia.

Por medio de los inmuebles antes mencionados, el servicio de hospedaje que ofrece **“MÉXICO EN RENTA”** es temporal, ya que puede ser por noche, semana, mes o hasta un año. El hospedaje que se le ofrece a un cliente siempre depende de cuantas personas lo habitaran, por cuanto tiempo, por los servicios que el cliente necesita y en ocasiones características específicas en el departamento como el ruido, accesos a discapacidad y ubicación.

En conclusión, los departamentos están completamente amueblados, eso quiere decir que cuentan con: cama (matrimonial, individual, litera, king size o queen size), baño completo, pequeña sala de dos o tres piezas con TV y DVD, comedor siempre montado con vajilla y cubiertos y la cocineta que incluye estufa de gas con utensilios de cocina, microondas y frigobar.

En cuanto a los servicios que tienen los departamentos, son agua, gas, luz, línea telefónica*, cable, Internet inalámbrico, programa de limpieza (opcional, sin costo extra) y el estacionamiento (opcional, ya que tiene un cargo extra).

*La línea telefónica no genera un cobro extra y solo permite llamadas locales con una duración máxima de 3 minutos.

En el caso de las casa es plenamente lo mismo, solo que el inventario es más grade ya que Casa Vito Alessio cuenta con 3 habitaciones con baño propio, sala de 6 piezas, amplio comedor, cocina integral y equipada, pequeño bar, patio de aproximadamente 100 metros cuadrados y tres cajones de estacionamiento; por otro lado la casa San

Ángel tiene 4 habitaciones con baño propio, cocina integral, dos estancias con sala, amplio comedor, patio de aproximadamente 70m² y cuatro cajones de estacionamiento.

En conclusión, el servicio de hospedaje ofrece la renta de un departamento completamente amueblado con todos los servicios básicos incluidos (agua, gas, luz, cable, línea telefónica e internet), y con la tranquilidad de que existe en los edificios sistema de seguridad de grabación las 24 horas del día, además de disfrutar totalmente de su privacidad y con el mínimo de requisitos para arrendarlo.

El siguiente cuadro muestra en resumen, las características de los departamentos dependiendo si son de un nivel o dos:

CLASIFICACIÓN						
	1 Nivel				2 Niveles	
	DEPTO 1	DEPTO 2	DEPTO 3	Hostal	DEPTO 4	DEPTO 5
Capacidad	1	1	2	4	1	2
Límite	2	2	4	4	2	4
Camas	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Baño	Si	Si	Si	Si	Si	Si
TV & DVD	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Comedor	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Cocineta	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Luz	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Agua	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Gas	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Internet		Si	Si	Si	Si	Si
Cable		Si	Si	Si	Si	Si
Limpieza		Si	Si	Si	Si	Si

Cuadro 12. Tipos de departamentos que ofrece “MÉXICO EN RENTA” a sus huéspedes nacionales e internacionales. (Elaboración propia).

2.7 Promoción

La promoción de los productos de la empresa es vital, ya que por medio de este se informa acerca de las variedades del servicio, las propiedades y beneficios que se pueden obtener al contratar el servicio.

Tanto coordinadores como ejecutivos están encargados de la promoción de los servicios de **“MÉXICO EN RENTA”**. El único medio que utiliza la empresa para promocionar sus servicios es Internet, mediante su página de internet y colocando anuncios en páginas gratuitas de México e Internacionales.

El objetivo de la promoción de **“MÉXICO EN RENTA”** es utilizar un medio de comunicación con el mayor alcance posible, nacional e internacional, como el Internet. Ya que por el momento es el único medio que utiliza la empresa, todos los esfuerzos están enfocados en la creación de anuncios que permitan informar, persuadir e influir en la decisión de los clientes en el momento de realizar su búsqueda de hospedaje.

La empresa estipula que diariamente la fuerza de ventas, cumpla con un mínimo de 20 anuncios por ejecutivo, los anuncios deben de ser novedosos con un mensaje claro y deben contener la mayoría de las características posibles del servicio.

Todas las páginas en las que se anuncia **“MÉXICO EN RENTA”** están registradas en el sistema para seguir con una secuencia, es decir, que las páginas están divididas de manera equitativas entre los seis coordinadores, esto significa que el equipo del coordinador correspondiente solo deberá utilizar las páginas que le corresponde durante un periodo de siete días.

Este mecanismo es utilizado para que algunas páginas no sean saturadas por los ejecutivos y garantizar que se utilicen todas las páginas web registradas.

Respetando las políticas el mínimo de anuncios para los ejecutivos son 20 anuncios diarios, sin embargo los coordinadores y los ejecutivos normalmente deciden realizar más de 20 anuncios, ya que significa mayor prospección, mayores cotizaciones y mayores oportunidades de obtener clientes, aunado a esto cada coordinación decide sobre el formato y contenido de sus anuncios.

2.7.1 Atención al Cliente

En “**MÉXICO EN RENTA**” el concepto de Atención al Cliente es lo más importante, de tal manera que el lema de la empresa es “**MÉXICO EN RENTA, es como estar en casa**”. (Copyright © 2011 “**MÉXICO EN RENTA**”)

Este es el verdadero objetivo del área de Atención al cliente, ya que para la empresa brindar un servicio personalizado de calidad es la manera de garantizar la satisfacción de los clientes, garantizando que su estancia sea tan agradable como si estuviesen en su propia casa, avalando la seguridad de su estancia y permitiendo que tengan total privacidad en el departamento, a diferencia de un cuarto de hotel.

Así mismo como parte del servicio personalizado, los ejecutivos se encargan de ayudar al cliente a encontrar direcciones específicas y rutas alternas, orientándolos en cuanto a lugares turísticos, proporcionando información de las rutas de transporte público, restaurantes, museos, centro de convenciones, tiendas de autoservicio, etc.

Los horarios de servicio de las oficinas son de Lunes a viernes de 07:00 horas a 00:00 horas y sábados, domingos y días festivos de 08:00 a 20:00 horas Un horario bastante amplio para que los huéspedes se sientan con la seguridad de acudir a las oficinas en caso de necesitar algo.

Inclusive más allá de brindar un servicio de excelencia, el área de Atención al Cliente busca que la estancia de sus huéspedes sea muy agradable, hospedados en “**MÉXICO EN RENTA**” y que el tiempo que decidan permanecer en el Distrito Federal, no importando si es por negocios, placer, estudios u otras razones sea tan agradable que decidan volver a la capital y hospedarse nuevamente en “**MÉXICO EN RENTA**”.

2.8 Valores de marca

Una de las principales razones por las que la empresa “**MÉXICO EN RENTA**” ha crecido rápidamente, es porque todos sus esfuerzos están enfocados a la atención del cliente, ya que garantizan un servicio de calidad y personalizado. Básicamente la lealtad que tiene “**MÉXICO EN RENTA**” con sus clientes, es gracias al servicio que brinda y

las diferentes opciones con las que cuenta la empresa, desde un estudio muy cómodo y equipado para una sola persona hasta una casa amueblada, con todos los servicios incluidos, tiempo de estancia de una noche hasta un año y costos muy accesibles.

Cabe mencionar que la base de datos de **“MÉXICO EN RENTA”** refleja que casi el 40% son clientes frecuentes, quienes no se hospedan en el mismo departamento, esto debido a que los departamentos de **“MÉXICO EN RENTA”** tienen un diseño diferente cada uno de ellos. Cuelgue

Una vez que se conoce el escenario en el cual se encuentra la empresa, se pueden saber datos importantes como su cuál es su target, las estrategias que maneja la empresa y los diferentes servicios que presta la empresa para poder tener más cercanía con el cliente en el momento de realizar el servicio personalizado que ofrece la empresa. De ahí la importancia de conocer las características del área de atención al cliente, donde se lleva a cabo el desarrollo de un servicio personalizado de calidad, como estrategia de diferenciación y todas esas particulares se desarrollaran en el siguiente capítulo

CAPÍTULO III

ATENCIÓN AL CLIENTE

Objetivo:

Conocer detalladamente las características que conforman el concepto de servicio de hospedaje temporal que ofrece “MÉXICO EN RENTA” y al mismo tiempo, desglosar los cambios que ha sufrido el concepto, hasta llegar al que se implemente hoy en día para ejercerlo adecuadamente.

CAPÍTULO III

ATENCIÓN AL CLIENTE

3.1 Definición de Atención al Cliente

En cuanto la atención al cliente se define como “El conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”¹.

De esta manera se deduce que todas las actividades por realizar tienen que estar enfocadas al cliente, no solo a su completa satisfacción, sino también en su fidelización, garantizando el desarrollo de la empresa.

Aterrizando el concepto en servicios de hospedaje, la atención al cliente es la parte más importante en “**MÉXICO EN RENTA**”, ya que se trabaja en equipo y con mucha armonía, la empresa siempre trata de que el personal este motivado e identificado con lo que hace, pero sobretodo con la empresa.

Los clientes cada vez son más exigentes en cuanto a la calidad del servicio, es por ello que en “**MÉXICO EN RENTA**” el servicio de atención al cliente es trascendental, y significa que el cliente es primero y la empresa se adecua a sus especificaciones, en todos los clientes se busca su fidelización, acelerar los pagos, detectar servicios adicionales, acortar los tiempos de servicio para que la atención personalizada sea de excelente calidad.

Y al mismo tiempo complementar el servicio con algunos otros puntos adicionales, así la satisfacción del cliente será superada, con servicios derivados de las demandas de los mismos clientes y las nuevas costumbres que desarrollaran en sus diferentes estancias y que exigen a la empresa.

¹ Autor: Humberto Serna Gómez (2006)

3.2 Antecedentes del Atención al Cliente

Con la Revolución Industrial (1750 a 1914), en el mundo entero se observaba a los medios de transporte en Europa que experimentaban una acelerada evolución, y las personas comenzaron a transportarse de un lugar a otro. Inicialmente, la mayoría de los viajes estaban reservados sólo para los comerciantes y las familias que tenían grandes ingresos, ya que los principales motivos por los que viajaban eran para salir de vacaciones fuera de sus entidades y exigían a los establecimientos de acorde a sus posibilidades.

Y para satisfacer aquella demanda tan grande que se presentaba, fue necesario el surgimiento de una serie de compañías que genero establecimientos donde los viajeros pudieran hospedarse y/o comer, así de le da paso al nacimiento de la hostelería propiamente dicha y con ella la atención al cliente².

En un principio, los hoteles solo eran de lujo y lo podían pagar únicamente las personas que gozaban de una clase social alta o muy alta, a consecuencia de que los hoteles manejaban unas tarifas que eran prácticamente imposibles de pagar, pero con los años y observando la necesidad muchos empresarios comenzaron a crear otros lugares más moderados donde la tarifa estuviera al alcance de todos.

Los primeros años **“MÉXICO EN RENTA”** ofrecía un servicio al cliente básico caracterizado por la rapidez y confiabilidad, conforme los años la empresa se dio cuenta de las necesidades que tenía el huésped y así se fue conformando un servicio más competitivo.

Hoy en día **“MÉXICO EN RENTA”** ofrece a sus huéspedes un servicio más completo, caracterizado por ser un servicio de eficacia, además de contar con diferentes servicios adicionales que conforman un plus en su renta. Más opciones de pago, nacionales e internacionales, servicio de taxi, folletos de lugares turísticos, ubicación de lugares y herramientas para el transporte público.

² Etapas de la evolución de los servicios de los establecimientos de hospedaje.

3.3 Objetivos del Atención al Cliente

Establecer objetivos en el área de Atención al cliente significa definir cuál será el servicio y trato hacia el cliente, para que este obtenga el mejor servicio personalizado de hospedaje temporal, manifestando una buena imagen para la empresa y generando compromiso con el cliente.

- ☉ Ofrecer un servicio de hospedaje temporal eficiente a nuestros clientes, creando confianza y apoyo relacionados con la satisfacción de sus necesidades.
- ☉ Funcionar como fuente de información hacia los clientes.
- ☉ Brindar un servicio totalmente personalizado de excelencia.
- ☉ Acortar los tiempos de servicio.
- ☉ Identificar todos los tipos de clientes y definir la calidad del Servicio
- ☉ Fidelizar nuevos clientes nacionales e internacionales.
- ☉ Minimizar los tiempos de cobro.
- ☉ Reducir la complejidad de los trámites.
- ☉ Tener una información constante sobre las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Al implementar los objetivos la empresa se busca estratégicamente la entera satisfacción del cliente para identificarlo con la empresa y generar un vínculo de comunicación y confianza. Ya que, sin la ejecución correcta de los objetivos anteriores se puede presentar la pérdida de los cliente y su fidelización y evitar el crecimiento de la empresa en el mercado.

Además de reducir costos en:

- ☉ Redacción de quejas, que el cliente tiene derecho a presentar en cualquier momento.
- ☉ Restar las posibles cancelaciones que un cliente puede realizar.
- ☉ Anular toda acción legal, consecuencia de alguna queja de servicio.

3.4 Características del Atención al Cliente

Lo más importante para mencionar las características del área de Atención al Cliente en **“MÉXICO EN RENTA”** es hacer referencia que a es el área más importante de la empresa, mediante el servicio personalizado de calidad, el área genera los mayores ingresos que sustentan a la empresa, y para ello se puntualiza lo siguiente:

- Ⓢ Toma de acciones reales de mejoramiento frente a las necesidades.
- Ⓢ Análisis de expectativas para los clientes.
- Ⓢ Generación de un excelente servicio personalizado.
- Ⓢ Individualización en el momento de otorgar el servicio al cliente.
- Ⓢ Proporcionar inmediata respuesta para cualquier inconveniente.
- Ⓢ Crear un servicio Integral, donde todos los colaboradores forman parte.
- Ⓢ **“MÉXICO EN RENTA”** presenta una oferta de servicio de hospedaje temporal que promete y cumple.
- Ⓢ Mantener la confianza con cada uno de los clientes.
- Ⓢ Adoptar una actitud servicial en el momento de proporcionar el servicio.
- Ⓢ Manejo de un Valor agregado, como referente de los servicios adicionales.
- Ⓢ **“MÉXICO EN RENTA”** ofrece un servicio de hospedaje temporal más económico que el de un hotel de alta calidad.
- Ⓢ Diseño de estrategias de mercadeo, donde solo ganan los colaboradores de **“MÉXICO EN RENTA”**.
- Ⓢ Implementación de auditorías del servicio y mantenimiento, en ocasiones con ayuda del huésped.
- Ⓢ Mantener los departamentos e instalaciones limpias y atractivas, para reflejar una muy buena imagen de la empresa.
- Ⓢ Muestra de interés y empatía en la estancia de cualquier cliente.
- Ⓢ Profesionalismo en cada una de las actividades que se deben realizar.

En el siguiente cuadro se muestran las diferencias entre atención al cliente “**MÉXICO EN RENTA**” y el servicio de hotel.

	Atención al cliente	Servicio de Hotel
Servicio	<p>Personalizado: Cada cliente cuenta con un ejecutivo que se encarga de su estancia. Se le proporcionan servicios adicionales: E-mails de información personalizada Más opciones de pago, nacionales e internacionales Servicio de taxi Folletos de lugares turísticos Ubicación de lugares Herramientas para el transporte público.</p>	<p>Estándar: La atención que ofrecen los Hoteles es el mismo para cualquier cliente.</p>
Requisitos	<p>Identificación personal vigente Firma del contrato u hoja de registro Pago de la renta.* Pago del depósito de garantía.*</p> <p>*Dependiente del tiempo de estancia</p>	<p>Identificación personal vigente Llenado y firma de la hoja de registro. Pago total del tiempo de estancia.</p>
Precio	<p>Por noche Por semana Por mes</p>	<p>Unico</p>
Privacidad	<p>El departamento es totalmente del huésped, nadie tiene acceso a este, en el caso de limpieza y mantenimiento solo se realizara cuando el huésped este presente.</p>	<p>No hay mucha privacidad ya que existe el servicio a cuarto, y este solo puede evitarse en el momento que se decide rechazarlo.</p>
Comodidad	<p>Aunque el cliente puede acceder al departamento las 24 horas del día, existen reglas y normas de control de ruido y dispersión, para que los clientes se sientan cómodos desde el momento de su llegada</p>	<p>En la mayoría de los hoteles, hay actividad las 24 horas del día sin control del ruido.</p>

Cuadro13. Diferencias atención al cliente y servicio de hotel. (Elaboración propia)

Como se pudo notar, Atención al Cliente de “**MÉXICO EN RENTA**” busca la diferenciación del servicio como ventaja competitiva, ya que realiza el arrendamiento de sus departamentos ofrece un servicio parecido al de un hotel, sin embargo la empresa brinda un servicio de “atención personalizada de calidad”, que ante los ojos de los clientes es más varios.

3.5 Ventajas y desventajas del Atención al Cliente

Para “**MÉXICO EN RENTA**”, lo primordial es la satisfacción que sienten los huéspedes al recibir el servicio de atención personalizada.

Para ello se presentan a continuación aquellos factores como las ventajas y desventajas, que maneja la empresa. Ya que son las ventajas del servicio de hospedaje y en general de la empresa las que le permiten sobreponerse y diferenciarse a la competencia y las desventajas a las que se enfrentan.

Las ventajas de “**MÉXICO EN RENTA**” son:

Requisitos:

Son mínimos los requisitos que se piden para poder rentar un departamento, estudio, loft, suite o casa.

- Ⓢ Identificación oficial y vigente de la persona responsable del inmueble.
- Ⓢ Firma de la hoja de registro o contrato, según sea el caso.
- Ⓢ Pago de la renta.
- Ⓢ Pago del depósito de garantía (depende del tiempo de estancia).

Servicio:

En “**MÉXICO EN RENTA**” los coordinadores y ejecutivos de atención al cliente son la clave del éxito de la empresa, ya que cada cliente cuenta con un ejecutivo que se encarga de las necesidades que pueda tener en tiempo que dure su estancia, aunque cabe mencionar que el huésped puede recibir ayuda de cualquier colaborador, en caso de que su ejecutivo no se encuentre o quiera dirigirse a otro ejecutivo.

Dentro de la personalización del servicio de hospedaje temporal el área de Atención al Cliente de “**MÉXICO EN RENTA**” se proporcionan los siguientes servicios adicionales para todos los huéspedes y se enlistan a continuación:

Servicios adicionales:

- ☉ Servicio de taxi o auto: La mayoría de los clientes foráneos y extranjeros recurren al ejecutivo para que le solicite un taxi a determinada hora. En otros casos solicitan que los ejecutivos los ayuden a conseguir a rentar un auto.
- ☉ Limpieza: Se incluye limpieza solo en estancias menores a un mes.
- ☉ Folletos de lugares turísticos: Si el motivo de algún cliente es por gusto, el ejecutivo proporciona folletos de lugares que pueden ser de interés.
- ☉ Ubicación de lugares: En el caso de que algún cliente tenga una dirección específica y se encuentre desorientado en el Distrito Federal, el ejecutivo se encarga de mostrarle las rutas más fáciles para llegar y los medios de por los que puede llegar.
- ☉ Herramientas para el transporte público: Cuando un cliente desea movilizarse en la ciudad por medio del transporte público, el ejecutivo sugiere comprar o prestar tarjetas recargables para tener acceso al metro (Sistema colectivo de transporte) o tarjetas recargables para el Metro-bus.
- ☉ Privacidad: Desde el momento que el cliente renta el departamento, es responsabilidad del cliente y nadie tiene acceso a este.
- ☉ Personalización: Ningún departamento, suite, loft o estudio tiene el mismo estilo, todos los departamentos guardan un estilo propio. Junto con la remodelación a cada uno se le dio un tema en especial:
- ☉ Casa Tis-tik: Estados turísticos de la república mexicana trascendentales.
- ☉ Torre Sagredo: Temas de la naturaleza, incluyendo estaciones del año.
- ☉ Casa Moras: Eventos históricos de México.
- ☉ Precios: Se maneja tres opciones de precio, el pago por noche, por semana o por mes. Precios especiales por estancias mayores a dos meses.
- ☉ Formas de pago: Las diferentes que formas de pago que un cliente puede realizar su pago se dividen en dos nacionales e internacionales, cabe mencionar que de la misma manera en que se realiza el pago de depósito en garantía, es reembolsado.

Pagos nacionales:

1. Efectivo pesos / dólares

2. Depósito bancario
3. Transferencia bancaria
4. Cheque

Pagos internacionales:

1. Pago electrónico (Banco de México, Banco de Europa y Banco de Estados Unidos)
 2. Pago PAYPAL
- ☉ Ubicación: Los inmuebles que renta la empresa se encuentran al sur del Distrito Federal, aquí se encuentran los barrios más culturales y de mayor atracción para el turismo tanto nacional como extranjero; es zona de características coloniales.
 - ☉ Seguridad: La empresa tiene un circuito de grabación las 24 horas del día, para registrar todos los movimientos dentro de los inmuebles.

Todos los servicios mencionados anteriormente, complementan y respaldan el “servicio personalizado de calidad” que la empresa promete a sus clientes, permitiendo que la estancia sea más cómoda y agradable como sea posible. El área de Atención al cliente maneja una serie de procedimientos que facilita la otorgar la mayoría de los servicios a todos los clientes.

Pero una empresa no puede tener ventajas sin que al mismo tiempo tenga desventajas y es por ello, que a continuación describiremos las dos grandes desventajas del área de atención al cliente de “**MÉXICO EN RENTA**”.

La primera y más grande barrera que presenta el servicio, es en el momento de mencionar los requisitos, el depósito en garantía. Depósito que por política de la empresa es obligatorio, ya que el objetivo del depósito en garantía es resguardar la integridad de los departamentos.

El depósito en garantía es utilizado en el momento que el cliente cause algún tipo de daño o desperfecto al departamento, por el cual es responsable. Aunado a esto, se le debe de aclarar que en caso de que el depósito en garantía no cubra el costo de los

daños, el responsable del departamento, es decir, quien firma la hoja de registro o contrato deberá pagar la diferencia.

En el momento de mencionar esto, los clientes dan por perdido su depósito y aunque se les recalca que el depósito es totalmente reembolsable al final de la estancia, en caso de que el departamento sea entregado de la misma manera en que se ofreció, los clientes en la mayoría de los casos, intentan evadirlo o negociarlo y es tarea de los ejecutivos brindar los mejores argumentos al cliente para crear nuevamente confianza del servicio y en la empresa.

La segunda desventaja de Atención al Cliente es el horario de atención. Recapitulando, los horarios de servicio de las oficinas son de Lunes a viernes de 07:00 horas a 00:00 horas y sábados, domingos y días festivos de 08:00 a 20:00 horas

“MÉXICO EN RENTA” posee un sistema de seguridad de grabación las 24 horas del día para brindar seguridad a los clientes y aunque los horarios que ofrece la empresa son bastante extensos, aun así, el cliente manifiesta que sería mucho mejor si el horario de atención se extendiera a 24 x 24. Este horario también repercute en los clientes que tienen planeado que su vuelo llegue de madrugada y en ocasiones algunos clientes, en especial los clientes frecuentes, han llegado a cambiar sus vuelos por el cambio de horario, pero en otro de los casos son simplemente clientes perdidos ya que no pueden o no quieren realizar el cambio de sus horarios de vuelo y prefieren buscar otra opción que empate con sus horarios, que previamente ellos planean.

A pesar, de que por medio de oficios, se le ha hecho saber de esta cuestión a la Dirección de **“MÉXICO EN RENTA”**, la respuesta siempre ha sido negativa. Tal vez la Dirección necesita reconsiderar todos los puntos a favor y en contra que le generaría ampliar sus horarios.

3.6 Clasificación del Atención al Cliente

“MÉXICO EN RENTA” ofrece un servicio personalizado a sus clientes, sin embargo aún no tienen clasificación alguna de los tipos de servicio que brinda. Observando esta debilidad, la practicante deduce y desarrolla la siguiente clasificación de atención al cliente, en base a su experiencia dentro de la empresa:

Servicio de cliente básico

- ☉ Servicio que se ofrece a clientes con estancia de menos de una semana, se manejan todos los elementos que identifican a la empresa.
- ☉ Al cliente se le vende un departamento temporal dependiendo de sus características, un trámite rápido y confiabilidad, que puede ser personal o por correo electrónico.
- ☉ Este tipo de servicio se caracteriza por ser rápido, ya que los clientes necesitan algo momentáneo y en ocasiones instantáneo, casi como llegar a reservar a un hotel.

Servicio de cliente complementario

- ☉ El servicio complementario es aquel servicio que se adiciona a la oferta básica para complementar y diferenciar la atención al cliente.
- ☉ Servicio que se aplica para estancias mayores a 8 días y menores a un mes, además del servicio básico se le proporcionan facilidades de pago y los servicios adicionales, antes mencionados.

Periférico

- ☉ Ofrecemos este servicio cuando las estancias son mayores a un mes o a grupos de más de 4 personas.
- ☉ Aunado a todas las características ofrecidas anteriormente, se otorgan descuentos especiales conforme el tiempo de su estancia.

- Se incluyen todos los servicios adicionales que maneja la empresa y en ocasiones se pueden modificar las instalaciones del inmueble rentado como tamaños u estilos de sala o comedor.

3.7 Organigrama Atención al Cliente de México en renta

En la siguiente imagen, se aprecia el organigrama del área de Atención al Cliente de la empresa “MÉXICO EN RENTA”, y cabe mencionar que en el caso de los ejecutivos no se les nombra, ya que la practicante considera el área de constante rotación de personal, y por ello, solo se hace mención de los como “Ejecutivos”. Aproximadamente cada coordinador maneja un equipo de 10 personas, que están directamente a su cargo.

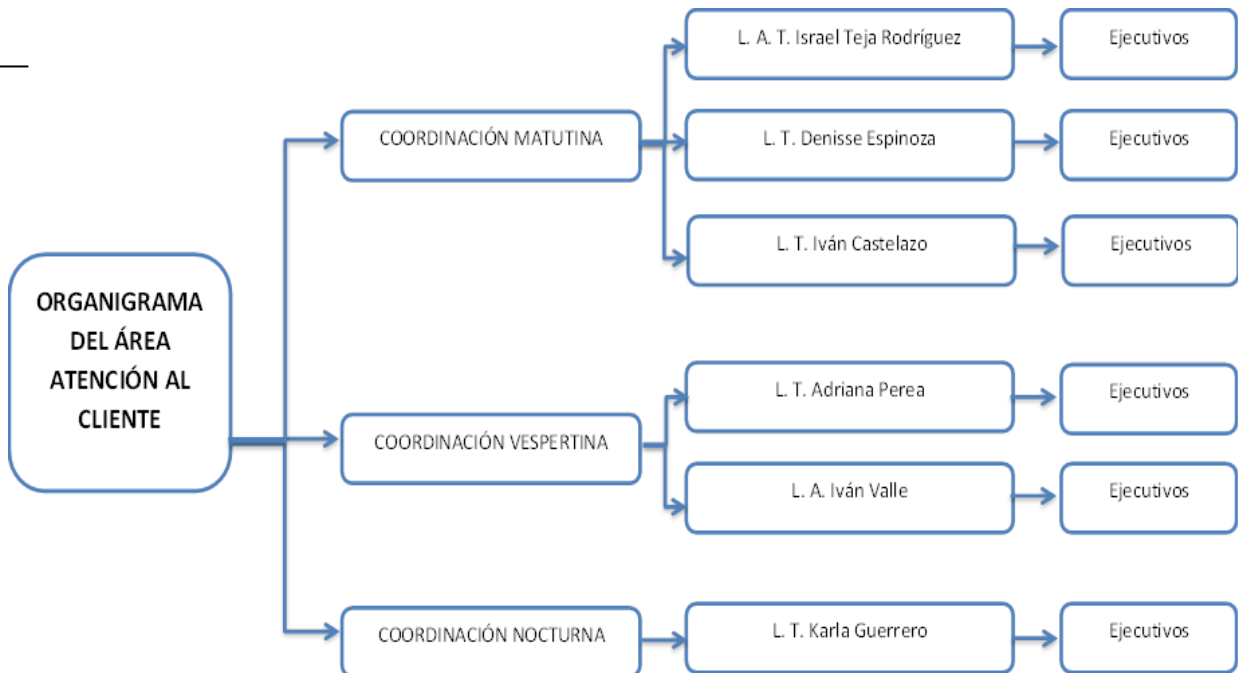


Imagen 9. Organigrama del área de Atención al Cliente de “MÉXICO EN RENTA” (Elaboración propia).

El horario de servicio de “MÉXICO EN RENTA” es de lunes a viernes es de 07:00 a 00:00 y sábados, domingo y días festivos de 08:00 a 20:00 horas, para cubrir estos horarios se necesitó de tres turnos, que cubren las seis coordinaciones.

Horario Matutino / 07:00–14:00 horas: Este horario tiene un total de tres coordinadores, aproximadamente cada uno de ellos trabaja con 8 ejecutivos a su cargo.

Es el turno donde hay más coordinadores, ya que la empresa dedujo que es el horario donde la mayoría de los clientes decide ingresar al departamento renta, además de que el Check out por reglamento es a las 12:00 del día los ejecutivo deben realizar una inspección rápida del departamento para verificar que este en óptimas condiciones.

Horario Vespertino / 14:00-21:00 horas: Con solo 2 coordinaciones y aproximadamente 8 ejecutivos de apoyo. Horario caracterizado por recibir la mayoría de los pagos, registros y las citas programadas del día.

Horario Nocturno / 17:00-24:00: Por último el turno de menos actividad, que en este turno se realizar algunas citas, pero la mayoría del tiempo el coordinador y sus ejecutivos se encargan de recibir las llamadas y proporcionar información a los prospectos.

Concluyendo que cada horario puede realizar todas las actividades anteriores mencionadas, sin embargo por el horario cada turno enfoca sus esfuerzos a ciertas actividades que harán su productividad más óptima, en un análisis profundo el horario es muy amplio para que el cliente tenga la certeza de que recibirá la mayor atención posible.

Horario fin de semana y días festivos 08:00-14:00 y 14:00-20:00: Este horario le pertenece a todos los ejecutivos del área de atención al cliente, ya que son días rolados que administración organiza con un mes de anticipación.

En resumen, los horarios de los ejecutivos de atención al cliente son de lunes a domingo con un día de descansa, que puede ser sábado o domingo y ya sea por la mañana o por la tarde, y se descansa un fin de semana completo al mes.

3.8 Propiedades Atención al Cliente de “MÉXICO EN RENTA”

Tras el nuevo concepto que adoptó la empresa, el departamento de atención al cliente pudo ofrecer diferentes opciones de hospedaje. Los departamentos fueron divididos en cuatro, dependiendo principalmente de la capacidad de los departamentos:

Estancias para 1 persona / 1 pareja: Esta opción es dirigida para la estancia de una sola persona o una pareja que decide compartir departamento, se consideran únicamente los de menor espacio, los hay desde austeros hasta departamentos de lujo en todos los casos, la mayoría estos departamentos se distinguen por presentar ausencia de sala a falta de espacio. Los servicios dependerán del tiempo de la estancia al igual que el costo.

Estancias para 2 o 3 personas: Se ofrecen departamentos más amplios, pueden ser de un solo nivel con o sin separaciones o de dos niveles, bastante amplios. El servicio y costo serán proporcionales al tiempo de estancia.

Estancias para 4 o 5 personas: Departamentos característicos por ser los más amplios, incluyen todo (habitaciones con baño propio, sala, comedor, cocineta y todos los servicios). Estos departamentos son ofertados a los grupos de más de 4 personas y a por lo general a empresas, ya que es más económico que rentar uno para cada persona.

Estancias para Grupos: Estancias que únicamente se manejan para la renta de las casas de la empresa, se rentan a un grupo de más de 6 personas y con una capacidad de hasta 15 por máximo, en este caso la estancia mínima es de una semana y se presta el servicio periférico en cualquier tiempo de estancia.

Para entenderlo con mayor facilidad se puede observar el Cuadro 14, que simplifica la información de manera que presenta las opciones que “MÉXICO EN RENTA” ofrece para hospedarse y características antes mencionadas.

Estancia	Menos de una semana	Menos de un mes	Mayores a un mes
Estancias para 1 persona / 1 pareja			
Inmueble	Departamento Estudio Suite Loft	Departamento Estudio Suite Loft	Departamento Loft
Camas	Matrimonial Individual	Matrimonial Individual	Matrimonial Individual
Servicio	Básico Limpieza (opcional)	Complementario Limpieza (opcional) Descuentos	Periférico Descuentos Cambio de Inmobiliario
Estancias para 2 o 3 personas			
Inmueble	Departamento Estudio Suites Loft Hostal	Departamento Estudio Loft Hostal	Departamento Loft Hostal
Camas	Matrimonial & Individual	Matrimonial & Individual	Matrimonial & Individual
Servicio	Básico Limpieza (opcional)	Complementario Limpieza (opcional) Descuentos	Periférico Descuentos Cambio de Inmobiliario
Estancias para 4 o 5 personas			
Inmueble	Departamento Estudio Loft Suites Hostal	Departamento Estudio Loft Hostal	Departamento Loft Hostal
Camas	Matrimonial & Individual	Matrimonial & Individual	Matrimonial & Individual
Servicio	Básico Limpieza (opcional)	Complementario Limpieza (opcional) Descuentos	Periférico Descuentos de Grupo Cambio de Inmobiliario
Estancias para Grupos			
Inmueble		Casa Vito Alessio Casa San Ángel	Casa Vito Alessio Casa San Ángel
Camas		Matrimonial Individual & Literas	Matrimonial Individual & Literas
Servicio		Periférico Limpieza (opcional) Descuentos	Periférico Descuentos de Grupo Cambio de Inmobiliario

Cuadro 14. Organigrama del departamento de Atención al Cliente “MÉXICO EN RENTA”. (Elaboración propia).

3.9 Políticas Atención al Cliente

Para “**MÉXICO EN RENTA**” establecer políticas significa procurar la excelencia con los clientes y ganar su fidelización, mediante la atención personalizada y marcar la diferencia con la competencia.

Sin embargo como ya se había mencionado anteriormente, “**MÉXICO EN RENTA**” no maneja un estatuto donde se especifiquen las políticas que la rigen y aunque son evidentes y son conocidas por todos, son transmitidas mediante conocimientos, es decir, que en el caso del área de atención al cliente son las políticas que el coordinador pueda compartir con sus ejecutivos.

Por ello la practícame con el apoyo de la administración de “**MÉXICO EN RENTA**”, redacto las siguientes políticas del área:

Políticas Atención al Cliente de “**MÉXICO EN RENTA**”

- Ⓢ Desde el primer contacto de comunicación con el cliente, es obligación del ejecutivo sondear, para obtener los datos básicos como: nombre completo, tiempo de estancia, número de posibles huéspedes y tiempo de estancia.
- Ⓢ Escuchar atentamente a las necesidades del cliente y mantener una comunicación constante.
- Ⓢ Los ejecutivos de “**MÉXICO EN RENTA**”, deben inspirar plena seguridad en garantizar la satisfacción del cliente.
- Ⓢ Ningún servicio debe ser interrumpido.
- Ⓢ Mantener el compromiso por el cumplimiento de tiempos de respuesta, un servicio eficiente y en todo momento mantener los estándares de calidad.
- Ⓢ Los ejecutivos deben adoptar un espíritu servicial, manteniendo completa responsabilidad contractual ante el cliente.
- Ⓢ Actuar con plena responsabilidad en el momento de cerrar una negociación, prometer solo hasta donde las facultades del ejecutivo lo permitan.

- Ⓢ En el momento en que ese manifesté una molestia o inconformidad por parte del cliente, el deber de un ejecutivo es darle la mejor solución posible, en caso de seguir la inconformidad deberá intervenir su coordinador.
- Ⓢ Los ejecutivos de **“MÉXICO EN RENTA”** deben mantener en su servicio la personalización máxima, ofreciendo excelencia en la atención de cada uno de nuestros clientes desde el momento en que se establece comunicación con el cliente
- Ⓢ Todas las quejas, sugerencias e información que el cliente manifieste a su ejecutivo personal deben ser atendidas en el menor tiempo posible.
- Ⓢ Realizar juntas ocasionales, por parte de los coordinadores involucrando a sus ejecutivos para presentar y resolver dudas de la prestación de servicio, fijar estrategias de ventas, presentar resultados, etc.
- Ⓢ estar al pendiente del seguimiento y la evaluación de los planes y programas de la atención del cliente, es responsabilidad de las coordinaciones.
- Ⓢ La coordinación tendrá que evaluar eventualmente el cumplimiento de la calidad del servicio que ofrecen los ejecutivos a su cargo.
- Ⓢ Coordinación y seguimiento a los diferentes asuntos y trámites jurídicos que impliquen a la empresa.
- Ⓢ Las páginas para anunciar deberán rotar cada semana por coordinador.
- Ⓢ Ningún ejecutivo debe enviar un mail de cotización sino es desde sistema.
- Ⓢ En caso de tener una petición especial, primero debe consultarse a administración antes de proporcionar una respuesta.

Las políticas antes mencionadas, son lineamientos importantes para la empresa **“MÉXICO EN RENTA”**, ya que permiten que cada ejecutivo del área de Atención al Cliente realice sus actividades correctamente, ya que de lo contrario se afecta directamente a la empresa en general y de esa forma se evitará llegar a los objetivos que se establecidos.

3.10 Condiciones para llevar a cabo el Atención al Cliente

Si bien la empresa no maneja un estatuto de políticas, para que el arrendamiento se lleve a cabo “**MÉXICO EN RENTA**”, pero se contempla políticas muy estrictas al igual que las políticas de pago.

Los clientes que buscan rentar un departamento temporalmente en otra localidad generalmente son porque a pesar de que su viaje es por negocios, escuela, vacaciones u otras razones, buscan eficiencia y calidad de servicio. La empresa se caracteriza por tener pocas condiciones o requisitos, por eso mismo son de suma importancia cumplir con cada uno de ellos:

- Ⓢ Copia de Identificación oficial y vigente.
- Ⓢ Firma del contrato u hoja de registro, según sea el caso.
- Ⓢ Pago de la renta en curso.
- Ⓢ Pago del depósito de garantía.

Identificación oficial y vigente: Se pide la copia de la identificación del titular del departamento aunque debe de mostrar la original para su comparación. Las únicas identificaciones oficiales que reconoce la empresa son:

- Ⓢ IFE.
- Ⓢ Pasaporte.
- Ⓢ Forma migratoria 1.
- Ⓢ Forma migratoria 2.

Firma del contrato u hoja de registro, según sea el caso: Cuando una estancia sea menor a un mes, el cliente deberá de llenar la hoja de registro (ver anexo 2) que se le proporciona en el momento del registro.

En caso de que la estancia sea mayor a un mes, el ejecutivo deberá llenar el contrato con los datos del cliente e imprimirlo para las firmas. El contrato se imprimirá en dos tantos, el primero para resguardo de la empresa y el segundo será para el cliente.

Pago de la renta en curso: Las estancias menores a un mes, el pago podrá ser elegido por el cliente para pagarlo por noche, semana o mes completo, pero tendrá que ser especificado al ejecutivo para registrarlo en el sistema. Estancias mayores a un mes los clientes tendrán que realizar su pago mensual en la fecha establecida en el contrato.

Pago del depósito de garantía: Los depósitos serán equivalentes al tiempo de la estancia y son reembolsables al final de ésta, sin embargo este depósito es el más importante en cuanto a los trámites, ya que en el caso de existir algún daño a la propiedad, en el contrato se especifica que el monto del depósito será utilizado en su proporción para la reparación, y en caso de no cubrirse con el depósito en garantía el cliente estará obligado a cubrir el faltante.

- | | |
|----------------------------|--------------------|
| Ⓢ Estancia: de 1 a 7 días | Depósito: 1 día |
| Ⓢ Estancia: de 8 a 15 días | Depósito: 1 semana |
| Ⓢ Estancia: más de 1 mes | Depósito: 50% |
| Ⓢ Estancia: más de 3 meses | Depósito: 1 mes |
| Ⓢ Estancia: más de 5 meses | Depósito: 3 meses |

3.11 Regularización

En México cualquier individuo u organización que desee arrendar, se deberá amparar mediante un contrato, de esta manera, “**MÉXICO EN RENTA**” y sus clientes estarán obligados al cumplimiento del mismo. El contrato de arrendamiento de “**MÉXICO EN RENTA**” puntualiza las condiciones en que se llevara a cabo la renta, con respaldo de algunos artículos del Código Civil Federal. A continuación se mencionan los artículos que se aluden en el contrato de arrendamiento en “**MÉXICO EN RENTA**” e inmediatamente se encontrara una pequeña explicación.

Código Civil Federal.

Libro cuarto. De las obligaciones.

Parte segunda. De las diversas especies de contratos.

Título sexto. Del arrendamiento.

Capítulo III. De los derechos y obligaciones del arrendatario.

Artículo 2425. El arrendatario está obligado:
I. A satisfacer la renta en la forma y tiempo convenidos.

Este artículo obliga a la empresa a garantizar un servicio de calidad al cliente, además de respetar las fechas y los horarios del servicio:

- ☉ **Oferta de servicio:** Arrendamiento temporal de un departamento completamente amueblado con todos los servicios básicos (luz, gas, agua, cable e internet), con atención personalizada.
- ☉ **Fecha de estancia:** Se debe especificar el día de entrada y el día de salida.
- ☉ **Horario de recepción:** Check in 14:00 horas y Check out 12:00 horas
- ☉ **Horario de servicio:** lunes a viernes de 07:00 a 00:00 horas

Artículo 2427. La renta será pagada en el lugar convenido, y a falta de convenio, en la casa, habitación o despacho del arrendatario.

Con esta cláusula, la empresa “**MÉXICO EN RENTA**” y el cliente están obligados a realizar todos los pagos en la recepción de “**MÉXICO EN RENTA**” en tiempo y forma.

Recordando que la empresa cuenta con un sistema de seguridad de grabación las 24 horas del día en todas sus instalaciones y las grabaciones de recepción podrán usarse para cualquier aclaración para el cliente.

Artículo 962. El propietario de un edificio que se apoya en una pared común, puede, al derribarlo, renunciar o no a la copropiedad. En el primer caso serán de su cuenta todos los gastos necesarios para evitar o reparar los daños que cause la demolición. En el segundo, además de esta obligación queda sujeto a las que le imponen los artículos 959 y 960.

Código Civil Federal
Libro segundo de los bienes
Título cuarto de la propiedad
Capítulo VI de la Copropiedad

Artículo 959. Los dueños de los predios están obligados a cuidar de que no se deteriore la pared, zanja o seto de propiedad común; y si por el hecho de alguno de sus dependientes o animales, o por cualquiera otra causa que dependa de ellos, se deterioraren, deben reponerlos, pagando los daños y perjuicios que se hubieren causado.

Artículo 960. La reparación y reconstrucción de las paredes de propiedad común y el mantenimiento de los vallados, setos vivos, zanjas, acequias, también comunes, se costearan proporcionalmente por todos los dueños que tengan a su favor la copropiedad.

Los tres artículos anteriores, resguardan el cuidado que se le debe tener a los inmuebles de “MÉXICO EN RENTA”, tanto a lo que incluye e inventario del departamento como las instalaciones en general. De lo contrario el daño tendrá que ser reparado y/o pagado, para restaurar el daño causado por el cliente, se tomará el equivalente de su depósito en garantía, y en caso de no cubrir los costos, en el contrato se especifica, que la diferencia tendrá que ser cubierta por parte de la persona responsable del departamento, es decir, a quien pertenezca la firma del contrato.

Artículo 2478. Todos los arrendamientos que no se hayan celebrado por tiempo expresamente determinado, concluirán a voluntad de cualquiera de las partes contratantes, previo aviso por escrito dado a la otra parte con quince días de anticipación, si el predio es urbano, y con un año si es rustico.

En el caso de que un cliente este contratando la renta del inmueble por varios meses y el pago o trámites no se realizan el día convenido, **“MÉXICO EN RENTA”** dará por terminado el arrendamiento.

Artículo 2480. El arrendatario no puede subarrendar la cosa arrendada en todo, ni en parte, ni ceder sus derechos sin consentimiento del arrendador; si lo hiciere, responderá solidariamente con el subarrendatario, de los daños y perjuicios.

Ninguno de los departamentos ni las casas se pueden rentar a un tercero. **“MÉXICO EN RENTA”** no maneja ningún procedimiento de comisionistas, es decir, que sean agentes independientes. En el caso de que estos sirvieran de enlace de comunicación con algún cliente, la negociación y firma de contrato será directamente con la persona que se hará responsable del inmueble y quién lo habitará.

Artículo 2425. El arrendatario está obligado:

III. A servirse de la cosa solamente para el uso convenido o conforme a la naturaleza y destino de ella.

Todos los inmuebles de **“MÉXICO EN RENTA”** son de uso únicamente habitacional y son responsabilidad de la persona que firma el contrato. Aunque **“MÉXICO EN RENTA”** está consciente de que algunos vacacionistas reciben visitas de familiares durante su estancia en la Ciudad de México, no permite que se realicen ningún tipo de convivio exorbitante, que el volumen de la música no afecte a los demás huéspedes, no se permitirán ningún tipo de grabación de radio ni TV o presentaciones de algún producto y ninguna persona que no esté registrada en recepción podrá pasar la noche dentro del inmueble.

Artículo 2441. El arrendatario no puede, sin consentimiento expreso del arrendador, variar la forma de la cosa arrendada; y si lo hace debe, cuando la devuelva, restablecerla al estado en que la reciba, siendo, además, responsable de los daños y perjuicios.

En caso de que algún cliente desee el cambio del inmobiliario del departamento o casa, deberá de consultar a su ejecutivo personal y esperar a la respuesta de éste, en caso de que la respuesta sea afirmativa deberá esperar al área de mantenimiento para realice el cambio o de lo contrario si al momento de realizar el cambio se produce algún daño el cliente deberá responder por el daño causado. Este tipo de cambio se presenta cuando las estancias son mayores a dos meses, y aunque el cliente tiene la responsabilidad de avisar a su ejecutivo personal, el ejecutivo deberá esperar la respuesta de administración para poder realizar el cambio. Todo lo anterior sirvió de base para que la practicante realizara actividades específicas dentro de la organización. Las cuales se detallan en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO IV

REALIZACIÓN DE PRÁCTICAS PROFESIONALES EN EL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN “MÉXICO EN RENTA”

Objetivo:

Realizar las actividades precisas para generar un servicio de hospedaje con calidad a los huéspedes de “MÉXICO EN RENTA”.

CAPÍTULO IV

REALIZACIÓN DE PRÁCTICAS PROFESIONALES EN EL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN “MÉXICO EN RENTA”

4.1 Justificación de las prácticas profesionales como opción de titulación

La institución otorga a los pasantes de Licenciado en Relaciones Comerciales diferentes opciones para poder obtener el título profesional. Para elegir la mejor opción de titulación, se valoraron las opciones a detalle, concluyendo que la mejor opción es “prácticas profesionales”.

El artículo 15 del reglamento de titulación del Instituto Politécnico Nacional señala que “La opción Práctica Profesional, consiste en que el alumno realice actividades por un mínimo de setecientas veinte horas, en un área de trabajo que le permita aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera correspondientes...” es por ello que la practicante optó por esta opción.

En estos últimos años en México la mayoría de las empresas exigen experiencia laboral a los recién egresados y tomando esto en cuenta la practicante hizo la elección de realizar prácticas profesionales para poder adquirir la experiencia necesaria que favorecerán su crecimiento laboral y desarrollo profesional, y al mismo tiempo le dará la oportunidad de obtener el título profesional de Licenciado en Relaciones Comerciales.

De esta manera, cuando la practicante decida incorporarse formalmente al mercado laboral, contará con el respaldo de todos los conocimientos que desarrolló durante la realización de las Prácticas profesionales, así la empresa donde realizó sus prácticas profesionales podrá contemplarla para su contratación y/o tener la facilidad de adaptarse a la cualquier empresa que le otorgue una nueva oportunidad de trabajo.

4.1.1 Proceso de realización de las prácticas profesionales

El siguiente paso que realizó la practicante para la realización de las prácticas profesionales, fue averiguar mediante portales web, cuáles eran las empresas que tienen el programa de prácticas profesionales y elegir la mejor opción.

Las empresas fueron desde las más reconocidas hasta las que apenas van incursionando en el mercado. Se encontraron diferentes empresas con este programa pero con vacantes solo 10 opciones a las cuales la practicante eligió tres para concertar una entrevista. Las entrevistas fueron exitosas ya que el perfil de la practicante encajaba perfecto para las vacantes de las tres empresas pero al final se decidió por la empresa **“MÉXICO EN RENTA”**.

En esta empresa fue entrevistada por el Coordinador en turno el Lic. Iván Valle, quien hizo cuestionamiento de las actividades que realizaba actualmente la practicante y de las habilidades que tenía así como debilidades y objetivos a los que se aspiraba alcanzar con la realización de las prácticas en la empresa.

Fue decisión de la practicante tomar la vacante para prácticas profesionales como Ejecutiva del área de Atención al Cliente de **“MÉXICO EN RENTA”**, ya que es una empresa pequeña con gran potencial, además las actividades que realizaría la practicante en un mismo puesto incluirían tres áreas mercadotecnia, ventas y publicidad. Aunado a esto, el ambiente de trabajo de la practicante sería armonioso ya que estaría rodeada de personal joven y que aparte de trabajar para la empresa tendría otra actividad académica.

En la entrevista se otorgó un plazo por parte de la empresa, específicamente la primera semana de Mayo para otorgar una respuesta, la practicante acudió a los dos días para aceptar la propuesta, la practicante acordando cumplir un total de 720 horas de servicio en la empresa, como requisito de su institución, lo cual la empresa **“MÉXICO EN RENTA”** no tuvo inconveniente y se comenzó con los trámites necesarios.

4.1.2 Alcance y delimitación de las actividades realizadas en las prácticas profesionales

“**MÉXICO EN RENTA**” otorga la realización de prácticas profesionales en diferentes áreas de la empresa: administración, arquitectura y atención al cliente.

Por el perfil de la practicante, se asignó al área de Atención al Cliente como ejecutiva en una coordinación matutina, con un horario de 07:00 horas, a 14:00 horas y se estableció las actividades de practicante, las cuales son las siguientes:

1. Conocimiento y actualización del Sistema *Turissiscom*.
2. Captación de nuevos clientes.
3. Colocación de anuncios publicitarios Online.
4. Proposición de nuevas páginas para anunciarse.
5. Establecer comunicación con el cliente.
6. Realización de citas.
7. Proceso de Venta.
8. Registro de pagos y expedición de recibos y/o facturas.
9. Seguimiento de cuentas.
10. Check out.
11. Mail de promociones vigentes.
12. Realización de inventario al inmueble correspondiente
13. Asistencia a juntas semanales
14. Participar en el proyecto asignado a su coordinador

En conjunto todas las actividades antes mencionadas le permitieron a la practicante instruirse aún más en el manejo de una buena negociación, en la correcta redacción de un mensaje publicitario online, para la realización de cotizaciones informativas y específicas, además de reforzar las características de servicio que se debe de proporcionar a diferentes clientes desde el primer contacto, no importando el tipo de enlace de comunicación, ya sea por llamada, personal o por correo electrónico, hasta la devolución de su depósito en garantía, aunado a esto la practicante también aprendió a utilizar el sistema de la empresa “*turissiscom*” en el cual la practicante realizaba los

registros de pagos, citas, observaciones, registro de los inventarios de los departamentos o cualquier modificación a la renta de los clientes.

La practicante desempeño actividades de mercadotecnia, ventas y publicidad en la empresa “**MÉXICO EN RENTA**”, que fueron un gran beneficio para el desarrollo profesional de la practicante. Sin duda alguna el área de Atención al Aliente de “**MÉXICO EN RENTA**” fue la mejor opción para que un Licenciado en Relaciones Comerciales se desarrollara profesionalmente y al mismo tiempo se amplió sus conocimientos, ya que esta es el área más importante de la empresa y se requiere personal que realice toma de decisiones bajo presión, que desarrolle estrategias de venta y mantenga una visión de análisis conductual básico para detectar los diferentes tipos de clientes, todo esto para lograr un servicio de calidad y que el cliente este satisfecho durante su estancia.

4.2 Proceso para realizar un Servicio de Personalizado de Calidad (Relatoría de Prácticas profesionales)

Para lograr un Servicio de calidad la Atención al Cliente debe realizarse con la mayor eficiencia por parte del área de administración, arquitectura y la labor más eficiente la lleva a cabo el área de atención al cliente. Las tres áreas intermedian de la siguiente manera:

Área de Mantenimiento: Área encargada de realizar cambios oportunos y eficientes, para que los inmuebles entregados estén habitales. Además de cumplir con los servicios preventivos y correctivos.

Área de administración: La administración mantiene la gestión de los trámites necesarios para que la renta sea propia he interviene en la comunicación de todas las áreas y que mantengan su buen funcionamiento.

Área de Atención al cliente: Esta área se encarga de realizar un proceso de servicio de calidad, mediante anuncios online para captar clientes y una vez que los clientes establecen comunicación con los ejecutivos, se le proporciona toda la información necesaria para que decida rentar un departamento a la empresa.

Una vez que su decisión es afirmativa los ejecutivos se encargan de realizar los trámites necesarios para que el cliente pueda ocupar el inmueble y al final del arrendamiento el ejecutivo prepara los documentos necesarios para la devolución y se prosigue con el servicio post-venta, que se mencionará más adelante.

A continuación se describen las actividades que la practicante aprendo y realizo durante las 720 horas de Prácticas profesionales. El primer mes constaba de instruirse acerca del procedimiento para otorgar un buen servicio contando con el apoyo intensivo en todo momento del coordinador a cargo concluyendo con 138 horas de Prácticas profesionales, el resto de las horas la practicante comenzaría a implementar sus conocimientos con el mínimo de ayuda, fortaleciendo su experiencia laboral.

4.2.1 Conocimiento y actualización del Sistema *Turisiscom*

El sistema *turisiscom* es la principal herramienta de trabajo para todos los empleados de la empresa, todos los miembros que conforman la empresa, excepto limpieza, tienen asignada una cuenta conformada por un nombre de usuario y una contraseña. Este sistema se debe actualizar día a día los registros de la empresa.

Durante las primeras 36 horas de las Prácticas Profesionales, Administración se encargó de que la practicante aprendiera el uso del sistema, las funciones que podía realizar la practicante con esa cuenta eran:

Registrar asistencia: Desde el momento en que la practicante llegara a su turno, debía de entrar a su cuenta, el sistema registraba automáticamente la hora de entrada para tomar en cuenta la hora de llegada. El sistema estaba configurado para registrar los horarios que se describen a continuación³.

Lunes a viernes:

- Ⓢ Asistencia 07:00:00 - 07:15:00
- Ⓢ Retardo 07:15:01 - 07:20:00
- Ⓢ Inasistencia 07:20:01 en adelante

³ Solo aplica para el turno de la practicante, los otros turnos manejaban otras políticas.

Sábado, domingo y días festivos:

- Ⓢ Asistencia 08:00:00 - 08:15:00 / 14:00:00 - 14:15:00
- Ⓢ Retardo 08:15:01 - 08:20:00 / 14:15:01 - 14:20:00
- Ⓢ Inasistencia 08:20:01 en adelante / 14:20:01 en adelante

Uso de la cuenta de correo: El sistema maneja una cuenta de correo, desde donde la practicante tenía que responder los correos que enviaban los prospectos, acerca de las dudas y/o enviar cotizaciones, recibir o enviar pagos, solicitudes de pago PAYPAL, etc.

Registro de clientes: La practicante debía de registrar a todos los prospectos a los que enviará una cotización fuese o no viable. El registro contenía los datos como nombre completo, números telefónicos, correos, nacionalidad y país, medio por el cual contacto a la empresa y motivo de la estancia. Aunque todos los datos no se consiguieran en el primer correo tendrían que ser llenados mediante el proceso de registro.

Una vez que el cliente decidiera hospedarse en algún inmueble, la practicante podía buscar el nombre del cliente previamente registrado y agregar los siguientes datos:

- Ⓢ Registros de pago.
- Ⓢ Fechas de estancia.
- Ⓢ Departamento alquilado.
- Ⓢ Monto a apagar.
- Ⓢ Depósito en garantía.
- Ⓢ Forma de pago.
- Ⓢ Observaciones referentes al cliente.

Calendarización: En el momento, en el que el prospecto manifestaba la posible fecha de su estancia, la practicante debía registrarla. Existían tres colores con los que se podía identificar una fecha registrada:

- Ⓢ Verde: Cuando era una fecha era de un prospecto.

- Ⓢ Amarillo: Cuando la fecha estaba confirmada por un cliente, pero aun no existía ningún pago de por medio.
- Ⓢ Rojo: Cuando la fecha ya era un hecho, es decir, que el cliente ya había realizado su pago y confirmado la fecha de estancia.

De esta manera se puede identificar las fechas disponibles o las reservaciones. Esta calendarización para la practicante fue de gran ayuda ya que si algún cliente mencionaba una fecha lejana, el sistema reflejaba las reservaciones para que no hubiera ningún tipo de error en las fechas.

Chat empresarial: Como se había mencionado anteriormente, la principal vía de comunicación es el sistema y este contenía un icono de “chat empresarial” es la opción que tenía la practicante, para desarrollar un chat con cualquier miembro de la empresa que tuviese una cuenta, para hacer aclaraciones, resolver duda y simplemente mandar alguna observación.

Registro de anuncios: El sistema también contiene un icono donde se registran todos y cada uno de los anuncios que se realizan por parte de los ejecutivos. Con que el ejecutivo controle la saturación de sus páginas para anunciar y al mismo tiempo lleve un conteo de los anuncios que realiza diariamente.

4.2.2 Captación de nuevos clientes

La practicante de atención al cliente de “**MÉXICO EN RENTA**” adquiere la labor de captar nuevos clientes mediante la colocación de anuncios y convenios.

Anuncios

La practicante como ejecutiva de atención al cliente, es quien creaba por lo menos 20 anuncios diario que subía a la web y distribuirlos en diferentes páginas, según la clasificación semanal que le correspondiera. La empresa maneja más de 50 páginas en internet para anunciarse, todas las páginas están distribuidas entre los coordinadores de los tres turnos, y semanalmente se alternan las clasificaciones para que los ejecutivos no saturen tan solo una páginas y en todas se anuncie uniformemente.

En la siguientes imagenes se puede apreciar los ejemplo de los anuncios que realizo la practicante:

Anuncio nacional:

<http://mexico.addanuncios.com/index.php?a=2&b=6553>

Hermosa Casa Amueblada en Renta!! Sur del DF 🏡

Información del vendedor	Detalles del anuncio	
Mxcoenrent0	Precio:	\$1800 USD
Miembro desde: Aug 3	Ciudad:	Álvaro Obregón
Otros anuncios del vendedor	Teléfono:	0445585660750
Contacta al vendedor	Teléfono 2:	55936276



Descripción

CASA VITTO ALESSIO ROBLES

Ubicación: Vitto Alessio Robles, Colonia Florida

Perfecta ubicación cerca de Altavista en una de las calles más bonitas y arboladas al Sur de la Ciudad de México. A dos cuadras de Avenida Insurgentes Sur.

Planta Baja: Cochera techada para dos autos y portón eléctrico, biblioteca con libreros empotrados de caoba, terraza interior con fuente, medio baño, amplios closets de guardado, cocina integral, amplia sala comedor y bar. Hermoso Jardín demetros con terraza en la parte trasera.

Planta Alta: Piso de madera, Closet de blancos, Recamara principal con cama King size, baño con jacuzzi y closets de caoba.

Recamara 2: Cuenta con 2 camas matrimoniales, muy cómoda y closet.

Recamara 3: Amplia recamara con cama queen size, pantalla gigante, closets, baño propio y vista a la terraza interior.

Azotea: Amplio cuarto de servicio con closet y baño, cuarto de lavado y área de tendido.

Capacidad: de 6 hasta 15 personas

Descripción general

Metros de terreno: 350m2

Metros de construcción: 290m2

Amenidades: refrigerador dúplex, microondas, licuadora, utensilios de cocina, vajilla, cubiertos, cocina, estéreo, caminadora elíptica, Pantalla gigante

Reservaciones

Ejecutiva de Ventas Catherine Castillo

Tel: 5593 62 76/350

Cel: 044 55 85660750

..unes a Viernes de 7:00 am - 7:00 pm

Informes & cotizaciones: apartamentos.mexicoenrenta@hotmail.com

sitio web: www.mexicoenrenta.com.mx

Imagen 10. Ejemplo de anuncio nacional, que se realizó durante las Prácticas Profesionales (Elaboración propia).

Anuncio internacional:

http://post.vivanuncios.com.mx/post_review.php?clad_id=60164918

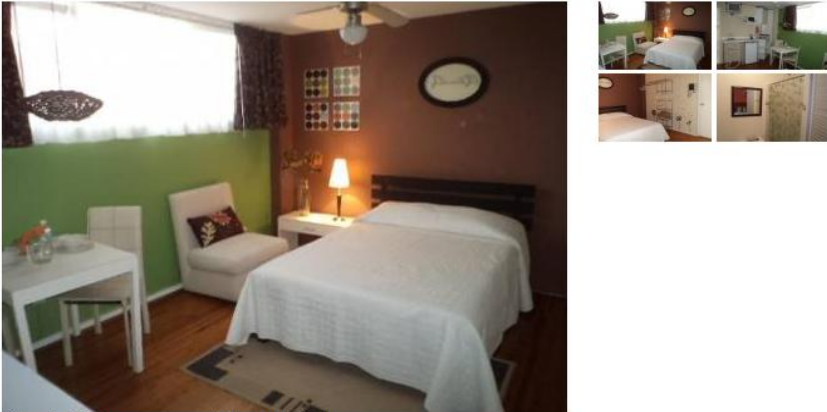
vivastreet
ANUNCIOS CLASIFICADOS GRATIS

Mexico En Renta

Eres EXTRANJERO y buscas DEPARTAMENTO AMUEBLADO en el DF!!
MX\$ 5,421/semana

Publicado por >> Mexico En Renta

[Contactar al anunciante](#) [Ver Teléfono](#)



Tipo de Oferta	Profesional Oferta
Tipo de lugar	Ciudad
Tipo	Departamento
m ²	20 m ²
Nº de habitaciones	Estudio
Nº de personas	2 personas
Alquiler semanal	MX\$ 5421.00 /semana.

Descripción

"MÉXICO EN RENTA" es una empresa dedicada a la renta de DEPARTAMENTOS AMUEBLADOS al SUR de la CIUDAD de MÉXICO para estancias temporales.

Visitas la Ciudad de México y llegas por negocios, estudios o vacaciones. "MÉXICO EN RENTA" tiene departamentos amueblados desde 1 hasta 6 personas que se ajustan a tus necesidades. Con el MÍNIMO de TRÁMITES y te rentamos desde una noche hasta un año.

Estudio, Suite o Loft amueblado de un solo ambiente
Cama matrimonial, DVD & TV
Baño completo
Precioso sillón de Lectura
Comedor montado con vajilla
Cocineta: estufa de gas, microondas y frigobar
Conexión a Internet
Teléfono (Solo llamadas locales, sin costo adicional)
Cajón de Estacionamiento (Opcional, Precio incluido)
El precio ya incluye los servicios: gas, agua, luz, cable, teléfono e Internet.
Noche: 76 USD
Semana: 417 USD
Mes: 1448 USD
Descuentos por tiempos de estancias mayores a dos meses.
Formas de pago: efectivo USD, efectivo \$MX, depósito bancario, cheque y transferencia bancaria.

COMUNÍCATE!! Será un placer atenderte.
Ejecuti de Atención al Cliente Catherine
Tel: (01-52) 55 93 62 76/35
Cel: 044 55 85660750
De lunes a viernes de 7:00 am - 7:00 pm (Tiempo de México)
E-mail: apartamentos.mexicoenrenta@hotmail.com
Sitio web: www.mexicoenrenta.com.mx

Imagen 11. Ejemplo de anuncio internacional, que se realizó durante las Prácticas Profesionales (Elaboración propia).

Los anuncios que realizo la practicante, fuero hechos bajo los siguientes términos:

- Ⓢ El título y el contenido deben ser descriptivo, llamativo, concretó y fácil de recordar.
- Ⓢ Deberá contener la descripción del departamento anunciado.
- Ⓢ Informar de las diferentes formas de pago.
- Ⓢ Informes de contacto.
- Ⓢ Al hacer mención de la ubicación no deberá mencionarse el número de los inmuebles.
- Ⓢ Todos los anuncios deberán contener las leyendas siguientes, obligatoriamente:
 1. Una vez realizado el pago no se aceptan cancelaciones.
 2. Tarifas sujetas a cambio sin previo aviso.
 3. Las fotos que se deseen agregar al anuncio deben ser actualizadas.

Por otro lado, “**MÉXICO EN RENTA**” mantiene su propia página web en línea, en la que los usuarios pueden conocer la empresa, saber el servicio de hospedaje que ofrece, conocer sus propiedades y realizar una cotización o una reservación de manera inmediata.

Las peticiones de cotización en línea mantienen prioridad en la empresa y al ingresar los datos necesarios en la página web mandara un correo a la dirección de e-mail que desee el usuario, este correo se mandara con copia al e-mail de la empresa, todos los correos se gestionaban por parte de la administración y eran enviados a las cuentas de los coordinadores para que ellos sean los encargados de establecer comunicación y darles seguimiento.

En cuanto a la reservación en línea, al ingresar a la página oficial de “**MÉXICO EN RENTA**” se puede reservar de inmediato, el sistema pide los datos suficientes para que se pueda realizar, en este caso la administración también gestionará los correos de reservación y los distribuía a los coordinadores para otorgarles seguimiento inmediato y el servicio fuera lo más eficaz posible.

Convenios

Los convenios eran otra opción en que la empresa “**MÉXICO EN RENTA**” busca obtener nuevas cuentas, actualmente la empresa emprendió un proyecto para buscar más convenios, pero se mantiene en proceso. Hoy por hoy, la empresa solo tiene 5 convenios, que corresponden 3 a escuelas particulares y 2 a empresas privadas, estas cuentas únicamente las gestiona una coordinación, por órdenes de la dirección, está se encarga de darle seguimiento de venta y post-venta a los convenios.

En el caso de las escuelas, tienen un programa de intercambio y el contrato que llevan con la empresa establece la renta de un departamento por un año, y aunque el departamento es habitado por diferentes estudiantes en ese lapso de tiempo el responsable del inmueble será en todo momento la institución. En cuanto a las empresas privadas prefieren realizar contratos por temporadas. En ambos casos siempre se rentan los mismos departamentos, requiriendo factura y cumpliendo con un inventario bimestral obligatorio.

4.2.3 Colocación de anuncios publicitarios online

El orden que se utilizaba para la colocación de anuncios, era repartir las páginas registradas en el sistema de manera equitativa entre las seis coordinaciones por semanas. Las páginas eran rotadas cada semana con el objetivo de que todas las páginas fueran utilizadas y evitar que se saturaran de anuncios. Así la practicante alternaba sus 20 anuncios diarios en aproximadamente 25 páginas en las que podía anunciar, en ocasiones más o menos.

Administración estaba encargada de rotar y llevar el control de las páginas para anunciar y notificar a los coordinadores, enviando mensualmente un archivo adjunto de Word (ver anexo 5). Si algún coordinador o ejecutivo se percataba de algún error o problema con la página tenía que ser notificado a administración para ser registrado y de esa manera evaluar las páginas registradas y nuevas.

El registro de páginas estaba conformado por el nombre de la página, la dirección electrónica y las clasificaciones que la página pudiera tener. A continuación muestra

algunas de las páginas que se utilizaban en el área de Atención al Cliente para anunciar, como ejemplo:

ADOOS INMUEBLES	http://post.adoos.com.mx/
A) DIAS SEMANAS O TEMPORADAS	http://post.adoos.com.mx/1/132/0/
B) RENTA DE DEPARTAMENTO	http://post.adoos.com.mx/1/121/0/
C) DEPARTAMENTO COMPARTIDO	http://post.adoos.com.mx/1/124/0/
D) RENTA DE LOCAL	http://post.adoos.com.mx/1/123/0/
ALAMAULA	http://www.alamaula.com.mx/
A) VIAJES-TURISMO / ALOJAMIENTO TEMPORARIO	http://www.alamaula.com.mx/classifieds/add/
B) SERVICIOS / OTROS SERVICIOS	http://www.alamaula.com.mx/classifieds/add/
ANUNCIOS CLASIFICADOS	http://anunciosclasificados.com.mx/ad-edit-before.html?cat=
A) RENTA	http://www.clasificados.com.mx/addAnuncio.cfm?c=8&p=1
B) OTROS	http://www.clasificados.com.mx/addAnuncio.cfm?c=15&p=1
C) OTROS	http://www.clasificados.com.mx/addAnuncio.cfm?c=106&p=4

Imagen 12. Registro de páginas online para anunciar (Manual de Procedimientos “MEXICO EN RENTA”).

En la mayoría de las páginas se creaba una cuenta de usuario, donde se podía administrar los anuncios publicados, ya que informaban la fecha en la que se publicaban los anuncios y otorgaban un plazo de 1 mes, tres meses o hasta tres meses. Cuando los anuncios caducaban, la mayoría de las páginas los quitaban de la red y el usuario podía modificar y renovar anuncios, para alargar el plazo establecido.

Así como administración llevaba un control de las páginas anunciadas, los ejecutivos también tenían la responsabilidad de actualizar el sistema con los anuncios diarios, pegando la dirección electrónica en el icono de anuncios, para controlar la página y no saturarla y verificar que los anuncios no fuera incompletos u ofensivos.

En el mismo icono se mostraba el número de links que se registraban, el cual facilitaba a la practicante el conteo diario de sus anuncios publicados, cabe mencionar que no se podían registrar anuncios renovados ya que el link estaba ya registrado y el sistema no lo reconocía. De esa manera al momento de registrar la dirección electrónica de un anuncio, el sistema *turisiscom* creaba un candado para que los link no se repitieran y llevará un conteo únicamente de los anuncios nuevos que creaban los anuncios, manejando un mínimo de 20 anuncios diarios por ejecutivo.

En ocasiones, la empresa la dirección de “MÉXICO EN RENTA” autoriza maratones de anuncios mensuales, es decir, que al ejecutivo que coloque más anuncios publicitarios en el lapso de un mes, se hará acreedor de un bono, en el cual participan los todos los miembros de las tres coordinaciones.

4.2.4 Proposición de nuevas páginas para anunciar

Muy esporádicamente, cuando la practicante comenzaba a colocar anuncios en la web, encontraba páginas nuevas (no registradas en el sistema *turisiscom*), incluso en la cuenta de correo llegaban solicitudes de nuevas páginas online, algunas eran gratuitas y otras manejaban una mensualidad.

En las páginas promocionaban mucho, la creación de una cuenta de usuario para facilitar la administración de los anuncios, en caso de utilizarla.

En el periodo que duro las Prácticas Profesionales, la practicante realizo el registro de 5 páginas nuevas, en este caso, el procedimiento que siguió la practicante fue el siguiente:

- Ⓢ Identificar el nombre de la página nueva.
- Ⓢ Anotar todas las clasificaciones de la página nueva, que convengan para la empresa.
- Ⓢ Crear un anuncio de prueba.
- Ⓢ Validar la gratuidad y facilidad de los requisitos que demanda la página nueva.
- Ⓢ Confirmar que los anuncios sean publicados de manera correcta.
- Ⓢ Realizar el reporte necesario para ser enviado a Administración.
- Ⓢ En un plazo de 72 horas, Administración validara la página y de ser aprobada la registrara para ser utilizada.

Los beneficios que otorgan el registro de nuevas páginas es:

- Ⓢ La empresa que gana una página nueva para anunciarse.
- Ⓢ Ampliar su cartera de páginas online para publicitarse.
- Ⓢ Los ejecutivos que tienen más opciones de páginas online para subir mayor cantidad de anuncios.
- Ⓢ Incrementar los ingresos de la empresa.
- Ⓢ Que los ejecutivos eviten la saturación de las páginas, en el momento de anunciarse.
- Ⓢ Aumentar las posibilidades de venta, para los ejecutivos

- ☉ Por cada página nueva anunciada, la empresa otorga un bono al ejecutivo que registre una página nueva, una vez que Administración la validó.

La practicante, el lunes 23 de Mayo con 66 horas de Prácticas profesionales, concluye con toda la información referente al Sistema *turisiscom*, captación de clientes y páginas y anuncios publicitarios.

4.2.5 Establecer contacto con el cliente

Las siguientes 36 hora, la practicante comenzó a subir anuncios, las respuestas no se hicieron esperar, diariamente llegaban un promedio de 4 correos para pedir informes y contestaban por lo menos 15 llamadas por día. El tipo de comunicación la establecía el cliente por:

- ☉ Llamada telefónica solicitando informes y requiriendo la información por teléfono o correo electrónico.
- ☉ Correo electrónico, solicitando informes y requiriendo la información por teléfono o correo electrónico.

Información por teléfono

Toda la información que la practicante otorgaba por teléfono, tenía que ser fácil de comprender, y las dudas que tuvieran los clientes, responder con información precisa y clara. Si el cliente deseaba, se le enviaba un correo electrónico para reafirmar la información brindada por teléfono o se le enviaba un correo de cotización para su estancia.

Información por correo electrónico

En el caso de que la información, la solicitara por correo electrónico, en cada correo la practicante trataba de ser lo más específica posible, para cerrar la venta el menor número de correos.

Las cotizaciones eran enviadas desde sistema y ya tenían un formato establecido, sin embargo la practicante se dio cuenta de que hacían falta muchos datos importantes y sugirió a la dirección autorizar los cambios para que sistemas pudiera cambiar el formato de cotización. Dos semanas después de que la practicante envió por correo la solicitud, la dirección autorizo el cambio. Sistemas tardo aproximadamente 5 días en realizar los cambios.

Los cambios que se sugirieron por parte de la practicante y que fueron autorizados, eran crear dos tipos de cotizaciones: Información general y específica, ambos debían personalizarse con el nombre del ejecutivo así como contener los teléfonos de contacto (Número celular del ejecutivo).

Información general: Esta cotización haría referencia a el equipamiento general con el que cuentan todos los inmuebles además de datos como horarios, citas, ubicaciones, costos aproximados e imágenes aleatorias de los inmuebles, pero aún más hacer énfasis en pedir un correo de respuesta específicamente con los datos que nos haría ser más concretos en nuestro servicio como: número de personas, fechas de estancia y presupuesto designado. Entonces el texto del correo quedaría así, marcado en letras negritas los cambios realizados:

Buen día Sr(a). “Nombre del cliente”

*“**MÉXICO EN RENTA**”, tiene el placer de hacerle llegar la siguiente información acerca de los departamentos tipo loft amueblados que tenemos disponibles, **mi nombre es CATHERINE LESLI CASTILLO NAVA** y desde este momento le estaré atendiendo y me esforzaré para que su estancia en la con nosotros sea placentera.*

Todos nuestros departamentos están completamente amueblados, pueden ser para una o hasta cuatro personas e inclusive grupos (6 a 15 personas). Cada departamento mantiene un estilo propio y son de una o dos habitaciones, baño completo, cocineta que incluye frigobar, estufa de gas y microondas, un pequeño comedor, como estancia un hermoso sillón con TV y DVD.

Además de conexión inalámbrica a Internet y vigilancia de circuito cerrado de grabación las 24 horas del día. El precio incluye todos los servicios (gas, agua, luz, línea telefónica e Internet). Manejamos tarifas por noche, semana o mes.

Las formas de pago que manejamos son: Efectivo pesos, efectivo dólares, depósitos bancarios, transferencia electrónica y cheques.

El Horario de citas es de Lunes a Viernes de 9:00 a 14:00 horas (Tiempo de México), si estos horarios son muy complicados, eres extranjero o solo estas planeando y quieres una cotización, te podemos dar seguimiento por correo electrónico, Podrías ser tan amable de decirme **¿Para cuantas personas lo necesita?, ¿Fechas de estancia? y si es que ¿Tienes algún presupuesto designado?** Así poder ofrecerte un departamento que te funcione.

(FOTOS ALEATORIAS DE LAS PROPIEDADES)

Nuestras ubicaciones están al sur de la ciudad de México en zonas residenciales bien comunicadas y seguras, cercanas a los principales centros comerciales, negocios y entretenimiento y universidades (ITAM, UNAM, UP, COLMEX), además de estar rodeado de parques y jardines.

***** Reserva Ahora de manera fácil y segura *****

Para cualquier comentario estaré al pendiente, Gracias.

Copyright © 2012 "MÉXICO EN RENTA"

Todos los precios están sujetos a cambios sin previo aviso

Contáctanos

Móvil: 044 55 00 00 00 00

Tel. 55 93 62 76 y 55 93 62 35

Fuera del país: 011 - 52 - 55 - 5593 6276

(Desde E.U.: International acces - country code - area code - number)

Lunes a Viernes de 07:00 horas a 23:00 horas -Sábado y domingo de 09:00 horas a 18:00 horas (Tiempo a de México).

Información específica: Algunos contactos eran muy específicos en el momento de enviar sus correos de solicitud de información, personas que se dedican a viajar constantemente o clientes frecuentes de la empresa. Este tipo de clientes en su primer correo enviaban datos valiosos que la practicante debía utilizar en su correo siguiente y ser muy específica para minimizar el número de correos, evitar la complejidad y cerrar la venta más fácilmente.

La mayoría de estos cliente enviaban la fecha de estancia o por lo menos el tiempo que duraría la estancia, mencionaban para cuentas personas necesitaban el departamento e inclusive el motivo.

En este tipo de caso era más fácil que la practicante enviase un correo respondiendo al cliente las especificaciones que necesitaba saber e incluso información que completara su cotización. El correo que la practicante enviaría tendría ya que hacer ofertas acerca del o de los departamentos que más convinieran y englobar características como ubicación, costo, fotos, documentos para la renta, horarios y formas de pago, a continuación se muestra el texto del correo, marcado en letras negritas los cambios realizados:

*Gracias por contactar a **“MÉXICO EN RENTA”**. Envió información necesaria de nuestros Estudios, Suite & Loft para que puedas hospedarse con nosotros. Los departamentos de **“MÉXICO EN RENTA”**, se encuentran ubicados al Sur de Distrito Federal, en la Colonia. Guadalupe Inn.*

*Buen día Sr(a). **“Nombre del cliente”***

***“MÉXICO EN RENTA”**, tiene el placer de hacerle llegar la siguiente información acerca de los departamentos tipo loft amueblados que tenemos disponibles, **mi nombre es CATHERINE LESLI CASTILLO NAVA** y desde este momento le estaré atendiendo y me esforzaré para que su estancia en la con nosotros sea placentera.*

Observamos que está usted interesado en una cotización para una estancia de Julio del 2013 en La Casa Vito Alessio, le envió el precio correcto y en el link de la parte inferior

de este párrafo puede apreciar más fotos. Para cualquier comentario estaré al pendiente 0445 500-00-00-00, Gracias.

Inmueble: CASA VITO ALESSIO <http://mexicoenrenta.com.mx/propiedades.php?propiedad=CASA%20VITO%20ALESSIO>

Ubicada en la Colonia Ex Hacienda de Chimalistac, en la calle Vitto Alessio Robles una de las calles más bonitas y arboladas al Sur de la Ciudad de México. A dos cuadras de Avenida Insurgentes Sur. Planta Baja: Cochera techada para dos autos y portón eléctrico, Biblioteca con libreros empotrados de caoba, terraza interior con fuente, medio baño, amplios closets de guardado, cocina integral, amplia sala comedor y bar. Hermoso Jardín de 100 metros con terraza en la parte trasera. Planta Alta: Piso de madera, Closet de blancos, Recamara principal con cama King size, cómoda y reposet, baño con jacuzzi y closets de caoba. Recamara 2, cuenta con 2 camas matrimoniales, cómoda, reposet y closet. Recamara 3, amplia recamara con cama queen size, pantalla gigante, closets, baño propio y vista a la terraza interior. Azotea: Amplio cuarto de servicio con closet y baño, cuarto de lavado y área de tendido. Amenidades: refrigerador dúplex, microondas, licuadora, utensilios de cocina, vajilla, cubiertos, cocina, estéreo, caminadora elíptica, Pantalla gigante.

Además de conexión inalámbrica a Internet y vigilancia de circuito cerrado de grabación las 24 horas del día. El precio incluye todos los servicios (gas, agua, luz, línea telefónica e Internet). Manejamos tarifas por noche, semana o mes.

Las formas de pago que manejamos son: Efectivo pesos, efectivo dólares, depósitos bancarios, transferencia electrónica y cheques.

(FOTOS DE LA PROPIEDAD QUE SE OFERTABA)

Estancia: 2013-07-27 - 2013-08-27

Total \$ 1871.00 USD

Nuestras ubicaciones están al sur de la ciudad de México en zonas residenciales bien comunicadas y seguras, cercanas a los principales centros comerciales, negocios y

entretenimiento y universidades (ITAM, UNAM, UP, COLMEX), además de estar rodeado de parques y jardines.

***** Reserva Ahora de manera fácil y segura *****

SI NO ES LO QUE ESTÁ BUSCANDO HÁGAMELO SABER PARA BUSCARLE LA OPCIÓN QUE MÁS SE ADAPTE A SUS NECESIDADES.

Cuestiones Generales:

- Ⓢ **Vigilancia por circuito cerrado de grabación las 24 horas**
- Ⓢ **Todos los trámites del registro, pagos, etc, se realizan en la recepción.**
- Ⓢ **Atención en Recepción de lunes a viernes de 7:00 a 21:00 horas, sábado y domingo de 9:00 a 18:00 horas (Tiempo de México).**
- Ⓢ **Check in a las 14:00 horas / Check out a las 12:00 horas**
- Ⓢ **El precio ya cubre todos los servicios.**
- Ⓢ **Una vez realizado el pago no se aceptan cancelaciones.**

Los términos para rentar en “MÉXICO EN RENTA” son:

- Ⓢ **Identificación oficial.**
- Ⓢ **El pago de la rentas en curso.**
- Ⓢ **Firma del contrato o reglamento.**
- Ⓢ **Deposito en garantía (depende del tiempo de estancia), es completamente reembolsable al término de la estancia.**

Para cualquier comentario estaré al pendiente, Gracias.

Copyright © 2012 “MÉXICO EN RENTA”

Todos los precios están sujetos a cambios sin previo aviso

Contáctanos

Móvil: 044 55 00 00 00 00 / Tel. 55 93 62 76 y 35

Fuera del país: 011 - 52 - 55 - 5593 6276

(Desde E.U. : International acces - country code - area code - number)

Lunes a Viernes de 07:00 horas a 23:00 horas - Sábado y domingo de 09:00 horas a 18:00 horas(Tiempo de México)

Realización de citas

La mayoría de los clientes quedan satisfechos con la información que se les brinda por correo y por teléfono, accediendo a realizar la reservación y estos casos se dan más por los extranjeros o personas de otros estados de la república mexicana que no pueden acudir a una cita.

Sin embargo hay otro tipo de clientes que necesitan ver el departamento antes de realizar la reservación.

Las políticas de la empresa decían que los ejecutivos debían de programar sus citas en sus horarios de trabajo, es por ello que, la practicante estableció sus horario de trabajo de lunes a viernes de 09:00 a 14:00 horas, las citas de los sábados solo eran por confirmación y no realizaba citas el domingo ni días festivos.

Todos los clientes que realizaran citas tenían que acudir a recepción y de ahí, se dirigían el cliente y la practicante a él o los departamentos ofrecidos. Con el objetivo de que el cliente desde el principio conociera la ubicación de la recepción donde realizaría todos los trámites y la ruta a el departamento en el cual posiblemente se hospedaría.

4.2.6 Proceso de venta

Para la primera semana del mes de Junio con un total 132 horas de Prácticas profesionales la practicante comenzó a aprender la importancia y aplicación del Proceso de venta.

Inicialmente, se necesita **conocer al cliente**. La practicante realiza un sondeo (nombre completo, teléfono, correo, dirección, motivo de hospedaje y medio por el cual se enteró) que le permita conocer al cliente y simplificar la comunicación con él, aunque ocasionalmente no se pueden recaudar los datos de inmediato, si es importante obtenerlos.

La practicante requiere **saber cuáles son las necesidades del cliente**, saber las características que busca en el departamento que quiere rentar. Y aunque el cliente ya tiene un pequeño conocimiento de las características del departamento, el ejecutivo

tiene la obligación de saber con exactitud las necesidades del cliente, como los son: tiempo de estancia, número de personas que habitaran el departamento y las fechas de la estancia.

Una vez que se tiene la información suficiente del cliente y lo que desea, **se le otorga información general de los departamentos**, con el objetivo de que la practicante persuada aún más al cliente y le informa de los departamentos disponibles que más se adecuen a sus necesidades, zona de ubicación de los inmuebles, mención de facilidad para rentar y las diferentes formas de pago que maneja la empresa.

El procedimiento de preventa concluye con él **envió de una cotización para respaldar la información**, la practicante incluye información general de los departamento, disponibilidad, servicios adicionales, posibles descuentos y las formas de pago. En caso de que la practicante se percate de que el cliente necesita una reservación express, se omite la cotización y se prosigue a la venta.

Cuando la respuesta es afirmativa, se inicia la labor de la venta. La practicante ya tiene la información necesaria para personalizar la venta. **“MÉXICO EN RENTA”** maneja dos tipos de venta, la venta directa y a distancia.

Venta directa

La venta directa se aplica cuando las personas residen en Distrito Federal o tienen la facilidad de acudir a una cita, entonces la practicante filtra las posibilidades de los departamentos disponibles, otorga las más probables para el cliente y se concreta inmediatamente una cita, para que el cliente conozca los departamentos ofrecidos o disponibles.

Mientras el cliente observa los departamentos, la practicante se encarga de resolver sus dudas y proporcionarles los beneficios que obtendrá una vez que se decida arrendar algún departamento.

Una vez que el cliente eligió un departamento, se conduce al cliente a la recepción donde la practicante reafirmara requisitos del arrendamiento del departamento y se procede a:

- Ⓢ Llenar la hoja de registro por parte de la practicante, en caso de que la renta sea menor a un mes o contrato en caso de que el tiempo de estancia sea mayor a un mes, la cual tendrá que ser firmada por el cliente, quien será la persona responsable del departamento.
- Ⓢ Firma del inventario, que será revisado por la practicante junto con el cliente, solo rentas mayores a un mes.
- Ⓢ Pago del total de la renta en caso de que la estancia sea menor a un mes o del primer mes en caso de ser mayor a un mes.
- Ⓢ La practicante especificara que el precio es sin IVA, solo en caso de querer factura el precio se calculara más IVA.
- Ⓢ Cuando el cliente realice su pago con TDC, se calculara el precio más IVA más la comisión bancaria.
- Ⓢ Entrega de copia de identificación oficial y mostrar la original, solo para su comparación.
- Ⓢ Pago del depósito en garantía, obligatoriamente.
- Ⓢ En cuanto el cliente pague el depósito en garantía, la practicante entregara dos recibos, el primero por el pago de la renta y el segundo por el depósito en garantía.

Venta a distancia

Especialmente la venta a distancia se otorga a personas extranjeras o que radican en otros estados y quienes no pueden asistir a una cita, es decir, que todo el proceso lo realizan con asistencia online y el procedimiento es muy parecido.

Cuando el cliente ha respondido afirmativamente a la cotización, la practicante establecerá comunicación mediante correos electrónico con el cliente.

Mediante este enlace de comunicación la practicante se encargara de realizar la venta otorgando la información necesaria para que el cliente decida conozca el servicio que ofrece la empresa y elija el mejor departamento para su estancia.

La practicante deberá ser lo más descriptiva posible en la información de contengan los correos y realizar la venta con los menos correos posibles y en el momento en el que el cliente a distancia elija el departamento, la practicante deberá pedirle al cliente que realice su pago.

Este puede ser el total de la renta o hasta por el 50% de la renta, enviando la copia de confirmación de pago electrónico por correo; el depósito en garantía podrá ser pagadero junto con la renta o hasta el día del Check in. Con la realización de este pago quedará hecha la reservación del departamento durante la estancia que se acordara.

La practicante procederá a enviarle los recibos electrónicos correspondientes.

- ☉ En cuanto el cliente este en recepción el procedimiento de registro es:
- ☉ La practicante habrá de llenar la hoja de registro con los datos previamente recolectados, en caso de que la renta sea menor a un mes o contrato en caso de que el tiempo de estancia sea mayor a un mes, la cual tendrá que ser firmada por el cliente, quien será la persona responsable del departamento.
- ☉ Inventario, revisado por la practicante y el cliente, solo rentas mayores a un mes.
- ☉ Entrega de copia de identificación oficial. La practicante deberá pedir al cliente la original, solo para su comparación.
- ☉ La practicante entregara dos recibos impresos, el primero por el pago de la renta y el segundo por el depósito en garantía.

Finalizados los trámites la practicante conduce al cliente hasta su departamento junto con una carta de bienvenida (ANEXO 1), la cual agradece su estancia con nosotros, menciona los lugares que posiblemente pueden ayudarle (bancos, farmacia, centros de autoservicio y rutas de transporte), además de números de emergencia.

4.2.7 Instrucciones para el llenado de la hoja de registro

Para “MÉXICO EN RENTA” el llenado correcto de la hoja de registro es la garantía del puño y letra del cliente de la aceptación de la información que en ella se describe, además de ser complemento para el servicio de Atención personalizada que brindan los ejecutivos, a continuación se enlistan los pasos que se deben de seguir para el llenado correcto de la hoja de registro:

1. AL inicio, el cliente deberá firmar la primera parte de la hoja de registro.
2. Anexar copia o copias de identificaciones oficiales de todos los huéspedes mayores de edad, la identificación oficial solo puede ser:
 - ☉ Para mexicanos IFE.
 - ☉ Para extranjeros Pasaporte, Forma migratoria 1 y 2.
3. Esta deberá de ser completada por el ejecutivo y firmada (en dos lugares) por el cliente.

REGISTRO

Fecha _____ Hora _____ Suite _____ Ejecutivo _____
Nombre _____
Hospedaje inicia _____ 201 _ termina _____ 201 _
Garantía \$ _____
Tarifa \$ _____ Noche _____ Semana _____ Mes _____
Persona extra \$ _____
Otros \$ _____
Impuestos \$ _____
Otros (Comisión bancaria)\$ _____ Tipo de cambio \$ _____
No. de personas _____
Nombre 2 _____
Nombre 3 _____
Nombre 4 _____
Email _____
Teléfono de contacto _____
Teléfono de emergencia _____

La hora de entrada es a las 2:00 p.m y la hora de salida es a las 12:00 p.m
Favor de entregar el departamento antes de las 12:00 hrs, de lo contrario se cobrará tarifa rack por noche de \$ _____ Firma de conformidad _____

Reembolso de garantía Fecha _____ Cantidad \$ _____
Nombre de quien entrega _____
Nombre de quien recibe _____ firma _____



Imagen 13. Registro de páginas online para anunciar (Manual de Procedimientos “MEXICO EN RENTA”).

4. La fecha de Check in (momento de la entrega el departamento).
5. El formato a seguir es: día mes y año, como por ejemplo 06/junio/12.
6. Hora en que se le entrega el departamento (especificar am o pm).
7. Anotar el número o nombre del departamento.
8. Registrar el nombre del ejecutivo, quien entrega el departamento y de quien lleva la cuenta del cliente.
9. Nombre completo del huésped (conforme identificación oficial).
10. Anotar el día en que inicia y termina el hospedaje.

Nota 1: Cuando un cliente que paga del 1º al 5 de Junio, está pagando 4 noches, el día que termina la renta quiere decir que pago hasta las 12 del día del 5 de Junio, o sea la noche del 5 no está pagada.

Nota 2: Si el cliente desea cambiar la fecha de estancia, además de registrarla en el sistema, se anotara en la hoja de registro.

11. Anotar la cantidad de depósito en garantía.
12. Indicar el número de personas extras.
13. Impuestos cantidad que paga de impuestos (IVA).
14. Anotar la cantidad de comisión bancaria (en el caso de haber utilizado TDC).
15. Tipo de cambio (del día que se le entrega el departamento).
16. Nombre de las personas (conforme a identificación oficial) que estarán en el departamento, incluyendo niños.
17. Verificar la dirección de E-mail.
18. Anotar teléfono de contacto.
19. Teléfono de emergencia (en México, opcional).
20. Firma del cliente, una vez que haya verificado la información.
21. En el momento del Check out, el cliente deberá firmar una tercera vez en donde se especifica el depósito en garantía.

Ahora se enlistan los pasos para el relleno de la segunda página de la hoja de registro, de la empresa “**MÉXICO EN RENTA**”:

PAGOS										
	FECHA PAGO	FORMA DE PAGO	CANTIDAD DLLS	CANTIDAD PESOS	TC	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	RECIBIO	FIRMA RECIBO
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										

firma _____

Imagen 14. Registro de páginas online para anunciar (Manual de Procedimientos “**MEXICO EN RENTA**”).

- ☉ Fecha de pago (cuando paga, puede ser diferente fecha a cuando se le entrega el departamento).
- ☉ Forma de pago solo indicar las siglas:
 - EF Efectivo pesos.
 - ED Efectivo dólares.
 - TDC Tarjeta de crédito.
 - CH Cheque.
 - TIB Transferencia interbancaria.
 - PP PAY PAL.
 - TS Transferencia Suiza.
 - TM Transferencia Merryll.
- ☉ Anotar la cantidad en dólares o pesos, según el pago del cliente.
- ☉ Asentar el tipo de cambio (TD) del día que está pagando.
- ☉ Entrada y salida en caso de haber varios pagos o extender su estancia, aquí se registran las nuevas fechas de entrada y salida.
- ☉ Entrega del recibo de pago.

4.2.8 Registro de pagos y expedición de recibos y/o facturas.

En el momento que el cliente realiza un pago, es importante avisar a su ejecutivo a cargo, para que la reservación se registre de manera inmediata y evitar la duplicidad de estancias, además de que el ejecutivo tiene la responsabilidad de otorgar un recibo.

Cuando los clientes acudían a las citas y se decidían por algún departamento para su estancia, la mayoría pagaba en ese momento y la reservación quedaba registrada, pero si los cliente decidían realizar el pago después, la empresa sugería a los ejecutivos que pidieran a sus clientes enviar por correo electrónico escaneado el recibo de depósito, copia del correo de la transferencia electrónica o PAYPAL, para que la reservación fuera registrada lo más rápido posible y elaborar los recibos de pago.

Al entregar un recibo de pago (imagen 15), el formato que se usaba era muy informal, al grado que los clientes quedarán inconformes y desconfiados, según la practicante, los recibos eran muy fáciles de falsificar y de alterar su información, ya que a mano el ejecutivo especificaba el concepto (renta o depósito en garantía) y el recibo de depósito en garantía.

La empresa establecía que, para que un ejecutivo comenzara con el trámite de devolución de depósito en garantía, era obligación del ejecutivo pedir al cliente el recibo de depósito en garantía, que anteriormente se le había dado. Como el recibo era pequeño y muy informal, muchos de los cliente no lo entregaban y se tardaban más tiempo en realizar la devolución de su depósito en garantía.

The image shows a handwritten receipt form titled "Recibo/Receipt". The form is filled out with the following information:

- Fecha/Date:** 29/Julio/2012
- No.:** 382533
- DE/FROM:** PINK TECHNOLOGIES SA DE CV
- Amount:** \$ 33,450.00
- Concept:** - CASA VITTOALESLO
- FOR RENT / POR CONCEPTO DE RENTA:** ADELANTO DE RENTA
- DEL/FROM:** 8 DE AGOSTO
- AL/TO:** 28 DE AGOSTO
- Payment Method:** giro postal / money order
- BY:** Catherine Leslie

There is a small table on the left side of the form with columns for "A CUENTA ACCT", "PAGADO PAID", and "ADELUDO DUE", but they are empty. The form also includes a small logo for "MEXICO EN RENTA" and the number "SC1152S" in the bottom right corner.

Imagen 15. Recibo anterior de pago de la renta (Administración "MÉXICO EN RENTA").

Por ello la practicante diseño un formato de recibo más formal, el viernes 3 de Junio la practicante elaboro un oficio explicando la elaboración del nuevo recibo y junto con el nuevo formato se envió a la Dirección de “**MÉXICO EN RENTA**”, al cabo de 15 días fue autorizado.

<p>ECONOSUITES S.A DE CV Segredo #259 Int. 2 Colonia Guadalupe (A) Del. Álvaro Obregón México D.F. C.P.01020</p>			
<p>CLIENTE: RFC: DIRECCIÓN: LUGAR Y FECHA:</p>			
CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO TOTAL	
			
		SUBTOTAL	<input type="text"/>
		IVA 16%	<input type="text"/>
		TOTAL	<input type="text"/>
<p><small>Recibo de pago expedido por persona física MÓNIK MARIA ROSALES MÓNIK</small></p>			

Imagen 16. Nuevo recibo de pago de “**MÉXICO EN RENTA**” (Elaboración propia).

Las ventajas del nuevo comprobante de pago era principalmente para los clientes que tenían que comprobar el pago de su estancia y el pagar el IVA para la entrega de su factura era un gasto innecesario, su argumento era que solo necesitan un comprobante de estancia y el recibo que se les otorgaba era insuficiente e inseguro.

Para el depósito en garantía ya no es necesario entregar ni mostrar e recibo, ya que solo se verifica por sistema. En el nuevo recibo se puede especificar si es por concepto de renta o de pago en garantía. El nuevo comprobante no sustituyo a la factura, sino que formalizo el trámite y fortaleció la imagen de la empresa.

Las principales características que se aumentaron fueron:

- ☉ Recibo más formal.
- ☉ Impreso en hojas membretadas.
- ☉ Sellado en el momento del pago.

4.2.9 Seguimiento de Cuentas

El seguimiento de venta consiste en asegurarse de que el servicio que se le brindo al cliente durante la estancia, ha sido completamente favorable.

Este servicio puede llegar a ser el más valioso para los clientes, ya que el seguimiento de cuentas genera mayor posibilidad a la empresa de crear fidelización con el cliente y generar un incremento considerable en el indicador de ocupacionalidad y en las ventas.

El seguimiento que la practicante otorgó era:

- ☉ Conservar la información de los clientes actualizada en el sistema, para que cualquier ejecutivo pueda saber el estado de su estancia.
- ☉ Mantener comunicación con el cliente hasta el final de la estancia, con llamadas y visitas esporádicas, si su estancia fuese por más de un mes.
- ☉ Informar de nuevas de promociones, que ofrece la empresa.
- ☉ Resolver sus peticiones lo más pronto posible, para evitar la desesperación del cliente y la mala imagen de la empresa.
- ☉ Recordar sus pagos, cuando las estancias sean mayores a un mes.
- ☉ Confirmar con el cliente la fecha y hora de Check out, esto no ayuda a recordarle al cliente la fecha del Check out y saber si desea alargar su estancia.

4.2.10 Check out

Una vez vencida la fecha de estancia el cliente tiene que realizar su Check out antes de las 12:00 horas del mediodía, como política de la empresa.

Aproximadamente, 30 minutos antes de que el cliente decida dejar el departamento, como protocolo de la empresa, la practicante llamó al cliente y solicitó 5 minutos para que ambos realizaran la revisión del departamento, y demostrar que se encontraba en las mismas condiciones en la que fue entregado.

Cuando el departamento se mostraba totalmente íntegro, la practicante y el cliente acudían a recepción para firmar el inventario y entregar el depósito en garantía en ese momento, si el pago fue en efectivo; en el caso de que el depósito en garantía haya sido por depósito o transferencia bancaria, **“MÉXICO EN RENTA”** garantiza un plazo de 72 horas como máximo, para realizar el depósito a la misma cuenta. Pero si la practicante, valoraba que en el departamento existía algún daño, se verificaba inmediatamente con el área de administración y explicándole al cliente que su depósito sería utilizado para la reparación del daño y el resto sería depositado a una cuenta bancaria que él proporcionará. Si por alguna razón el monto del depósito no cubre los daños, se le pedirá al cliente que realice el pago al equivalente, como se especifica en la hoja de registro y en el contrato firmado.

Para la devolución de depósito en garantía, la practicante procede a cerrar la estancia en sistema, indicando que el Check out está realizado y el proceso se maneja de la siguiente manera:

La practicante envía por sistema la solicitud para la devolución de la garantía y se recibe un correo de Administración con las opciones válido o inválido; válido para un correo aceptado e inválido por razones de papeleo o verificación de datos. Cuando el Correo es válido, se envía el estado y la fecha del depósito, pero cuando el correo es inválido, se envían las razones, éstas se corrigen y se vuelve a enviar.

Así, cumpliendo un mes en la empresa de Prácticas profesionales, el viernes 10 de Julio comprendiendo 138 horas, la practicante tenía los conocimientos necesarios para continuar con prácticas profesionales las próximas 582 horas.

4.2.11 Post- venta

La empresa “**MÉXICO EN RENTA**” maneja una base de datos de todos sus clientes, y con el solo hecho de teclear su nombre, el sistema se encarga de arrojar todos los datos relacionados con el nombre, como:

- ② Número de estancias
- ② Fechas de estancia.
- ② Frecuencia de estancias.
- ② Formas de pago.
- ② Propiedades arrendadas.
- ② Observaciones, etc.

Una de las tareas de la practicante era buscar ocasionalmente, los correos electrónicos de aquellos clientes que estuvieron hospedados en la empresa con un mes de anterioridad, para enviarles un correo promocional.

Correo que consiste en recordar al cliente su estancia y los servicios que ofrece la empresa, al mismo tiempo anunciarle las promociones vigentes que maneja a empresa, en ese momento.

4.2.12 Metas

La empresa “**MÉXICO EN RENTA**” demanda a sus ejecutivos y coordinadores metas mensuales como parte de su productividad, según el Manual de procedimiento de “**MÉXICO EN RENTA**”, los coordinadores y los ejecutivos manejan dos tablas diferentes de metas. Con el objetivo de exigir y preservar un mejor desempeño del servicio de atención personalizada que se les brinda a los clientes, de parte de los colaboradores del área de Atención al Cliente.

En el caso de la practicante, cumplir las metas no aplicaba en su plan de trabajo por el hecho de estar bajo el programa de Prácticas profesionales, aunque cabe destacar, que durante el periodo que la practicante estuvo en la empresa siempre se cumplieron las metas.

Para la empresa, la meta mensual es el monto que los ejecutivos y los coordinadores del área de Atención al Cliente, tendrán que llegar o rebasar y de la cual dependerá el pago de las comisiones.

La meta establecida para el ejecutivo es de \$2,500.00 dólares mensuales, al tipo de cambio de moneda (\$MX) promedio y si el ejecutivo llegó a la meta, esta aumenta un 10% para el mes siguiente.

Los primeros tres meses de contratación, la empresa ofrece un apoyo y se le ofrece un ingreso mensual fijo, cumpla o no con sus metas y después de los tres meses ya se toma en cuenta el cumplimiento de metas y se compara con la tabla de comisiones (Tabla 1) para el pago de sus ingresos mensuales.

TABLA DE PAGOS EJECUTIVOS					
META 2012		\$2,500		Mayo 2012	
TABLA	INGRESOS NUEVOS EN DOLARES	COMISIONES	CELULARES	TRANSPORTE	INGRESO MENSUAL
1	Menos de 1,250	50%	\$100	\$100	\$900
2	\$1,251 a \$2,500	75%	\$200	\$200	\$1,200
3	\$2,501 a \$4,000	100%	\$300	\$300	\$1,600
4	\$4,001 a \$6,000	125%	\$400	\$400	\$2,200
5	más de \$6,000	150%	\$500	\$500	\$3,000
Quando se cumple la meta se aumenta un 10% al mes siguiente.					
Se pagara en tabla 3 comisiones, apoyos celulares y transporte e ingreso mensual durante los 3 primeros meses, después de esa fecha se pagara todo de acuerdo a los resultados obtenidos.					

Tabla 1. Tabla de metas de los ejecutivos de (Manual de procedimientos de “MÉXICO EN RENTA”).

Por otro lado la meta del coordinador es de \$4,000 dólares mensuales, al tipo de cambio de moneda (\$MX) promedio del mes. Cuando un coordinador llega a su meta esta aumenta un 10% para el mes siguiente. Y se le ofrece el mismo apoyo que a los ejecutivos los tres primeros meses.

TABLA DE PAGOS COORDINADOR					
META 2010					\$4,000
TABLA	INGRESOS NUEVOS EN DOLARES	COMISIONES	CELULARES	TRANSPORTE	INGRESO MENSUAL
1	MENOS DEL 50%	50%	\$100	\$100	\$2,000
2	51 % A 75%	75%	\$200	\$200	\$3,000
3	76% AL 100%	100%	\$300	\$300	\$4,000
4	101% AL 150%	125%	\$400	\$400	\$5,000
5	151% AL 199%	150%	\$500	\$500	\$6,000
6	200% o más	200%	\$600	\$600	\$7,000

Al cumplir la meta, se aumenta un 10% al mes siguiente.

Se pagara en tabla 3 comisiones, apoyos celulares y transporte e ingreso mensual durante los 2 primeros meses, después de esa fecha se pagara todo de acuerdo a los resultados obtenidos.

Tabla 2. Tabla de metas de los ejecutivos de (Manual de procedimientos de “MÉXICO EN RENTA”).

4.2.13 Realización de inventario

“MÉXICO EN RENTA” maneja dos tipos de inventarios, aunque la practicante tuviera conocimiento de la existencia de los dos inventarios, solo estaría facultada para realizar el inventario preventivo que forma parte de la venta.

El formato del inventario (ver anexo 4) se utiliza el mismo, para ambos inventarios, los cuales son los siguientes:

Inventario preventivo: Este tipo de inventario, la practicante lo tenía que llevar a cabo cuando el tiempo de la estancia fuera mayor a un mes. La practicante junto con el cliente, momentos antes de ocupar el departamento, tendrían que hacer la revisión del inventario, ya que este sería parte de los trámites que se deben de cumplir para poder realizar el arrendamiento.

Inventario correctivo: Los arquitectos, que pertenecen al área de Mantenimiento están encargados de realizar los inventarios correctivos. Únicamente los arquitectos tienen la facultad para realizar estos inventarios, con una frecuencia de 2 veces por mes. Es esta área quien se encarga de efectuar los inventarios a todos los departamentos, incluyendo las casas, si existiera algún daño, falla o deterioro en la estructura o inmobiliario de los departamentos tienen la obligación de notificarlo a la administración y estarán obligados a reparar los daños en cuanto administración lo autorice.

4.2.14 Presentación de resultados en Juntas corporativas

Dos veces por el mes las coordinaciones de “**MÉXICO EN RENTA**” convocaban a sus ejecutivos para realizar juntas, en las que el principal tema era la productividad de los integrantes de la coordinación.

Cada coordinación escoge la fecha de las juntas, sin embargo todas las juntas de coordinación deben de tener una fecha distinta. Y fue hasta que la practicante cumplió 150 horas de Prácticas profesionales, que la Dirección decidió que la practicante comenzará a participar en las juntas (por política de la Dirección).

Y al igual que todos los miembros del equipo, realizo un reporte digital muy breve que era presentado en la junta de coordinación, para que cada integrante exponga sus avances. Una vez que la practicante terminaba su explicación, el coordinador concluía con las observaciones que creyera fuera necesarias, cabe mencionar que cualquier integrante de la coordinación podía hacer comentarios al respecto. Al final, la practicante al igual que todos los integrantes, firman la minuta de la junta y se entrega una copia a cada uno.

Pero trimestralmente se realizaban las Juntas de Dirección. En estas juntas todas las áreas tenían que estar presentes y elaborar su reporte trimestral. Con tres semanas de anticipación aproximadamente la administración entregaba a cada área el oficio donde se marcaba la fecha de junta y los puntos que se iban a tocar, la practicante y su coordinación preparaban un reporte digital de los avances que se habían tenido en ese lapso de tiempo, en este debían incluirse las metas de cada integrante, los avances del

proyecto de cada coordinación, desarrollar los puntos que se mencionaron en el oficio y si alguna área o coordinación tubo algún contratiempo importante debía exponerlo como ejemplo.

El objetivo de las juntas es saber el progreso de cada empleado de la empresa y hacer que el clima de la empresa fuera cordial en todas las áreas, además de que todas las áreas supieran de los aciertos y contratiempos de cada área para que la comunicación fuera integra. De esta manera, la dirección creía que cualquier contratiempo que se presentará sería más fácil de resolverlo.

4.2.15 Participación en proyecto: Manual “Cliente frecuentes”

Según la Dirección de **“MÉXICO EN RENTA”**, cada coordinación tiene el deber de trabajar en un proyecto que favorezca el servicio de hospedaje de **“MÉXICO EN RENTA”**, con el objetivo de que el proyecto ayude a los ejecutivos a llegar a su meta.

En la coordinación donde la practicante se encontraba tenían la misión de desarrollar el Proyecto “Clientes Frecuentes” el cual estaba dividido en tres partes:

- ☉ Rentabilidad “Clientes Frecuentes”.
- ☉ Costos “Clientes Frecuentes”.
- ☉ Manual “Clientes Frecuentes”.

Cada integrante tenía la decisión de participar en el desarrollo del proyecto. Y observando la problemática que tenía la practicante para poder llegar a su meta, la practicante tuvo la iniciativa de elaborar el Manual “Clientes frecuentes”, ya que sería este, en que los ejecutivos podrían guiarse para crear fidelización con sus clientes y llegar más fácilmente a su meta.

La creación de este manual no solo serviría para que la practicante adquiriera mayores conocimientos de los que tenía o debía tener, sino que al mismo tiempo sería una herramienta esencial para otros ejecutivos o incluso otros practicantes.

MANUAL


“CLIENTES FRECUENTES”



Elaborado por:

Castillo Nava Catherine lesli

ECONOSUITES S.A. de C.V.

Calle Segredo 253, Colonia Guadalupe , Delegación Álvaro Obregón
C.P. 01020, México D.F. Teléfonos (011-52) 55 93 62 76/35.

INDICE

Descripción de “Cliente Frecuente”	
Objetivo.....	
Estrategias.....	
Detección de clientes frecuentes.....	
Determinación de clientes.....	
Tipos de clientes.....	
Tarjeta de cliente frecuente.....	
Beneficios e incentivos.....	
Términos y condiciones.....	

MANUAL “CLIENTE FRECUENTES”

“MÉXICO EN RENTA” es una empresa que ofrece un servicio de hospedaje temporal personalizado, aproximadamente el 66% de los clientes son frecuentes.

La lealtad de un cliente mejora la rentabilidad de la empresa y examinando los factores que contribuyen a una lealtad de los clientes de “MÉXICO EN RENTA”, se asegura que es por brindar un servicio de calidad.

La lealtad del cliente frecuente es un factor importante en el tema de las metas que debe generar un ejecutivo. Una vez que la empresa tiene el conocimiento del potencial que mantienen sus clientes frecuentes, es importante manejar un manual práctico que nos ayude a guiarnos en el proceso de la fidelización del cliente.

Así el servicio personalizado que ofrece “MÉXICO EN RENTA” se aprovechara, para que los ejecutivos del área de Atención al Cliente logren sus metas mensuales y al mismo tiempo buscar que el porcentaje de ocupación de la empresa sea más alto.

DESCRIPCIÓN DE “CLIENTE FRECUENTE”

Se describe como Cliente Frecuente a toda aquella persona que efectúan compras repetidas a menudo o con un intervalo de tiempo corto entre una compra y otra. Estos clientes, están satisfecho con “MÉXICO EN RENTA”, con los departamentos y con el buen servicio de la empresa.

“Tan importante como conseguir clientes, como retener clientes”⁴

Para el área de atención al cliente es primordial no abandonar las relaciones con los usuarios frecuentes y darles consecutivamente un servicio personalizado que los hace significativos, únicos e ideales para la empresa. Son este tipo de usuarios que genera altos volúmenes de ocupacionalidad para la empresa. Un cliente frecuente se puede identificar por las siguientes características:

⁴ Artículo: Como retener cliente, 2011 <http://www.crecenegocios.com/como-retener-clientes/>

- Ⓢ Compra frecuente.
- Ⓢ Compra incluyendo toda línea de producto y servicio.
- Ⓢ Recomendaciones con otros usuarios.
- Ⓢ Manifiesta apatía por la competencia.

OBJETIVO

Guiar a los ejecutivos del área de atención al cliente a retener clientes y hacer que se convierta en nuestro cliente frecuente o fiel, ya que estos clientes son los que más volúmenes de compras suelen hacer, sino que también son los que más nos recomiendan con otros consumidores.

ESTRATEGIAS

La creciente competitividad de la ciudad de México para el hospedaje temporal, dificulta la diferenciación entre la competencia, sin embargo **“MÉXICO EN RENTA”** busca establecer las mejores estrategias de fidelización del cliente a través del servicio personalizado de calidad, es por ello que manifiesta las siguientes estrategias:

1. El área de atención al cliente, a través de sus ejecutivos debe Incrementar la importancia del cliente mediante el cumplimiento de todas las cuestiones prometidas al cliente.
2. Los coordinadores deben realizar consultas con los clientes sobre su satisfacción acerca del servicio y de la empresa en general, para evitar contratiempos.
3. El ejecutivo correspondiente deberá establecer relaciones duraderas y estables con el cliente por medio de una comunicación constante con cada uno de sus clientes, realizando llamadas o correos ocasionales.
4. Recordando que los clientes frecuentes son generadores de nuevos contactos, cada ejecutivo deberá ofrecerle nuevos productos o promociones a sus clientes, no importa si el cliente cuenta con alguna renta activa o no.

DETECCIÓN DE CLIENTES FRECUENTES

Todos los clientes de “**MÉXICO EN RENTA**”, están registrados en el sistema de la empresa, creando una base de datos muy importante para la empresa. Los beneficios de la creación de esta base de datos es que al teclear el nombre de cualquier cliente mostrará los detalles de todas las rentas que han realizado el cliente, las fechas, los pagos y todos los detalles acerca de sus rentas.

Mediante una base de Datos que muestra la frecuencia del huésped, se comprobará desde sistema la frecuencia del huésped, ayudando a identificar a los clientes frecuentes con mayor facilidad.

En el momento en que un cliente sea identificado como cliente frecuente por su ejecutivo a cargo, el ejecutivo tendrá la obligación de informar a administración.

El ejecutivo tendrá que esperar a que administración este totalmente enterada para proseguir a informar al cliente de los beneficios de ser un “Cliente frecuente”.

DETERMINACIÓN DE CLIENTES

Lograr que el ejecutivo gane clientes frecuentes para “**MÉXICO EN RENTA**”, es uno de los aspectos fundamentales que se tiene en cuenta siempre en toda empresa, pues en ellos radica su oportunidad de crecimiento y desarrollo.

La siguiente tabla muestra tres tipos de Cliente frecuente que reconocerá la empresa, es importante su determinación ya que será este el punto de partida para saber qué beneficios e incentivos podrá ser acreedor.

	Huésped Único	Grupos o Agencias	Recomendaciones
Número de personas	1 a 6 adultos	Más de 6 Adultos	1 adulto
Características	Cliente práctico, sensible, exigente y exclusivo.	Cliente problemático, cauteloso, excesivo.	Cliente práctico, sensible, exigente y exclusivo.

Tabla 3. Determinación de clientes. (Elaboración propia).

TIPOS DE CLIENTES

Existen estándares que delimitan la tendencia de reservación de este sistema y que aplica tanto a huéspedes como a grupos y son: tiempo de hospedaje, razón de hospedaje y frecuencia del hospedaje.

Para determinar los beneficios a los que puede ser acreedor un Cliente frecuente será bajo la siguiente tabla.

Estancia	Huésped Único	Grupos o Agencias	Recomendaciones
Por lo menos 1 noche por mes	Tarifa promocional Cortesía 1 noche sin costo Flexibilidad Check in/Check out		
Por lo menos 1 semana por mes	Tarifa promocional Cortesía 1 noche sin costo		
Por lo menos 1 noche cada 2 meses	Tarifa promocional		
Por lo menos 1 semana cada 2 meses	Tarifa promocional		
Por lo menos 1 noche por mes		Tarifa promocional Cortesía 2 personas extras Arreglo frutal Flexibilidad Check in/Check out	
Por lo menos 1 semana por mes		Tarifa promocional Cortesía 1 noche sin costo Arreglo frutal	
Por lo menos 1 noche cada 2 meses		Tarifa promocional Arreglo frutal	
Por lo menos 1 semana cada 2 meses		Tarifa promocional	
1 noche			Tarifa promocional
1 semana			Tarifa promocional Cortesía 1 persona extras
1 mes	Cortesía 1 noche sin costo	Cortesía 1 noche sin costo	Tarifa promocional Cortesía 2 personas extras

Tabla 4. Tipos de Clientes de “MÉXICO EN RENTA”. (Elaboración propia).

TARJETA DE CLIENTE FRECUENTE

Una vez que se realizó la detección de un cliente frecuente, su ejecutivo de cuenta le comunicará y entregará una Tarjeta de Cliente Frecuente “**MÉXICO EN RENTA**”, al mismo tiempo informará de los beneficios que obtendrá en la empresa si es que en su próxima renta utiliza la tarjeta.

Las tarjetas que “**MÉXICO EN RENTA**” serán personalizadas con el nombre del titular y estarán foliadas, cada folio estará registrado en el sistema “*turisiscom*”, sistema que ligará el folio a cada cliente frecuente y a todos los datos de la cuenta que maneje con “**MÉXICO EN RENTA**”.



Las tarjetas serán entregadas a en un máximo de 15 días a partir de la fecha en que el ejecutivo solicite la tarjeta a administración, plazo que permitirá personalizar la tarjeta con el nombre del cliente.

BENEFICIOS E INCENTIVOS

La empresa “**MÉXICO EN RENTA**” busca el equilibrio con los clientes, es por ello que aunado a la calidad de servicio otorga beneficios e incentivos.

Beneficios para fidelizar al cliente:

- Ⓢ Trato preferente.
- Ⓢ Atención más rápida.
- Ⓢ Ofertas especiales.
- Ⓢ Servicios a la medida.
- Ⓢ Información privilegiada.

Incentivos promocionales

- ☉ Tarifa promocional
- ☉ Cortesía 2 personas extras
- ☉ Arreglo frutal
- ☉ Flexibilidad Check in/Check out

TÉRMINOS Y CONDICIONES

El uso de la tarjeta se regirá por los presentes Términos y Condiciones de Uso que se establecen a continuación:

- ☉ Para solicitar la “Tarjeta Cliente frecuente”, será necesaria la validación de los datos en el sistema, con su ejecutivo a cargo.
- ☉ Toda tarjeta tendrá un número de folio.
- ☉ La tarjeta será personal e intransferible.
- ☉ Para el su uso se deberá presentar una identificación en recepción, en el momento de hacer uso de la tarjeta.
- ☉ El uso de la tarjeta solo será válido para la empresa “**MÉXICO EN RENTA**”.
- ☉ La tarjeta no se puede utilizar como identificación oficial.
- ☉ La tarjeta será válida siempre y cuando el folio este activo.
- ☉ La facturación del costo de la renta solo será realizada para el titular de la tarjeta.
- ☉ La tarjeta tendrá un vigencia de un año.
- ☉ Para la reactivación de la tarjeta podrá hacerlo en cualquier momento con un ejecutivo en turno.

De contar con la aprobación de los proyectos anteriores se haría la realización automática del Manual y se realizarían las correcciones correspondientes por parte de la Dirección de “**MÉXICO EN RENTA**”. Sirviendo de gran ayuda para los demás ejecutivos. La realización de las prácticas profesionales por parte de la practicante, fueron satisfactorias ya que este aportó a la empresa grandes herramientas para el buen funcionamiento de un excelente servicio personalizado. No solo la practicante contribuyó con importantes ideas a la empresa, sino que al mismo tiempo la practicante pudo conocer y desarrollar habilidades que favorecen a su carrera como L.R. C.

CONCLUSIONES

Durante el periodo en que la practicante realizó sus prácticas profesionales en el área de Atención al Cliente de la empresa “**MÉXICO EN RENTA**”, notó que un Licenciado en Relaciones Comerciales tiene los conocimientos y habilidades necesarias en materia de mercadotecnia, ventas y publicidad para brindar un servicio íntegro y de excelente calidad.

El primer paso, que realizo, fue la promoción de los departamentos mediante una publicidad online gratuita, con un mensaje claro y conciso para que el interesado pueda comunicarse con la empresa de inmediato y solicitar información de sus servicios. De esta manera, a través de los anuncios online que la practicante elaboraba y subía a la red, se generaban mayores posibilidades de atraer un número mayor de clientes. Una vez que los clientes han contactado a la empresa, se deben plasmar estrategias de venta y planes de mercadotecnia, para que los clientes decidan hospedarse en alguno y también tengan la posibilidad de conocer la mayoría de los departamentos, ya que como se mencionó anteriormente cada uno mantiene un estilo propio.

La practicante realizo en total 720 horas de prácticas profesionales que le sirvieron para conocer, aprender, experimentar y aplicar todas las acciones que se requiere tener para lograr un Atención al Cliente de excelente calidad. La practicante descubrió nuevas formas de crear y llevar a cabo un servicio de atención personalizada integral, además de aplicar muchos conocimientos con los que contaba.

La practicante al término de su carrera adquirió muchos conocimientos que le ayudaron en la realización de las prácticas profesionales, utilizando la comunicación masiva realizo modificaciones a los anuncios, ya que se valoró la información con la que se estructuraban los anuncios y se detectó que era deficiente, en base en sus conocimientos, la practicante decidió realizar las modificaciones correspondientes.

Así mismo apporto ideas creativas para la creación de un plan de mercadotecnia enfocado al servicio del cliente, “Programa de Cliente Frecuentes”, con la realización de este programa se garantizaba la fidelidad de los clientes.

De esta manera si los ejecutivos de Atención al Cliente se apoyaban en este programa se beneficiarían, ya que se aumenta las posibilidades de que el ejecutivo cumpla con su meta de venta.

Para la practicante la opción de titulación por medio de Prácticas profesionales fue sin duda la mejor opción, ya que obtuvo la oportunidad de aplicar conocimientos adquiridos durante su carrera e ilustrarse de nuevas cosas, además de aportar nuevas ideas y estrategias para la mejora del servicio dentro del área de Atención al Cliente.

Contribuciones de la egresada a “**MÉXICO EN RENTA**”

Durante el periodo de prácticas profesionales, la egresada de la Licenciatura en Relaciones Comerciales, contribuyo con nuevas ideas que se implementaron a el área de Atención al Cliente de la empresa:

- ☉ Realizó cambios en la estructura de los anuncios publicitarios para que tuvieran la comunicación inmediata.
- ☉ Reacomodó e integración de información (especifica y general) para el formato de previa cotización de hospedaje temporal, que es generada desde el sistema *turisiscom*.
- ☉ Creacion de un “Programa de Cliente Frecuentes” para generar leltad.
- ☉ Realizó cambios en el formato de los recibos que eran entregados a los clientes.
- ☉ Todas las contribuciones hechas por la practicante fueron desempeñadas con las habilidades y conocimientos de un Licenciado en Relaciones Comerciales, ya que se necesita de investigación y creatividad para lograr ofrecer un excelente servicio al cliente como agencia de publicidad.

Contribuciones de “**MÉXICO EN RENTA**” al egresado

Todas las actividades que realizo la egresada durante las Praácticas profesionales permitieron aplicar y aumentar sus conocimientos y aptitudes. El área de atención al cliente de “**MÉXICO EN RENTA**” hizo grandes aportaciones a las capacidades de la egresada, como son:

- Ⓢ Trabajo en equipo: La egresada formaba parte de una coordinación y como tal tenían una meta que cumplir mensualmente.
- Ⓢ Trabajo bajo presión: Aproximadamente, la egresada manejaba de 8 a 15 clientes en un mes, y cada uno de los ellos recibía un trato personalizado.
- Ⓢ Coordinación: Antes del check in el departamento rentado tenía que ser revisado con el inventario preventivo, momentos antes de que el cliente lo ocupara, la coordinación de este inventario y el papeleo era importante realizarlo en el menor tiempo posible para que no fuese engorroso para el cliente.
- Ⓢ Actitud de servicio: La egresada mejoró su desempeño de servicio al cliente mediante el interés verdadero de lograr la satisfacción del cliente, con la realización óptima del desempeño de sus funciones.
- Ⓢ Negociación: Aprendió el proceso de una negociación, mediante el pleno conocimiento del producto y el rápido procesamiento de las posibles objeciones.
- Ⓢ Creatividad de anuncios online: Reforzar los conocimientos de la información precisa que debe de contener un anuncio online, para que este genere una respuesta inmediata
- Ⓢ Cumplir con las metas: Mensualmente la egresada cumplía con una meta en ventas que aumentaba mes con mes, esto aludía a exigir mayor desempeño profesional y personal.

Evaluación de la actualidad de la Licenciatura en Relaciones Comerciales

En la actualidad, las empresas necesitan personal que aporte nuevas ideas para incrementar su margen de ventas y un Licenciado en Relaciones Comerciales se caracteriza por ser comprometido con su desarrollo profesional es por ello que aporta nuevos conocimientos, genera nuevas ideas que ayuden a la empresa a mejorar y generar nuevas estrategias que impulsen el crecimiento de la misma.

Un Licenciado en relaciones comerciales puede llevar a cabo un excelente servicio personalizado desde la negociación hasta la post venta, manejando siempre una buena actitud de servicio ya que siempre ha sido competitivo, empático, asertivo y multidisciplinario.

RECOMENDACIONES

Al final de las prácticas profesionales, la cooperación de la practicante hacia la empresa **“MÉXICO EN RENTA”** fue de mucha utilidad, pero al mismo tiempo para su institución (Instituto Politécnico Nacional) y a los pasantes del Instituto Politécnico Nacional que ansíen elegir la modalidad de Prácticas Profesionales como opción a titulación.

A la empresa **“MÉXICO EN RENTA”**:

A continuación se plasman los puntos que el área de atención al cliente debe considerar para que el margen de sus ventas se incremente y crear fidelidad en sus clientes:

- ☉ Implementar el “Programa Cliente Frecuentes”, ya que es tan importante conseguir clientes, como retener clientes.
- ☉ Retomar el interés por los convenios como alternativa de promoción y así mismo buscar otras alternativas que genere un mayor alcance.
- ☉ Evitar la rotación constante de ejecutivos, para poder optimizar tiempo de calidad en el servicio personalizado.
- ☉ Buscar nuevos incentivos y/o beneficios, para captar la fidelización del cliente.
- ☉ Seguir con el clima organizacional alcanzado en la actualidad.
- ☉ Aumentar el número de inventarios correctivos realizados al mes, para garantizar al cliente un departamento funcional al 100%.
- ☉ Gestionar con mayor rapidez algunas de las decisiones de administración para agilizar los trámites de cualquier cliente, por ejemplo la devolución del depósito en garantía.
- ☉ Colocación de señalizaciones de seguridad, ya que todas las propiedades carecen de ellas.

Al Instituto Politécnico Nacional, (ESCA):

La recomendación que se le hace a la institución es poner más empeño en que los estudiantes reciban mayores prácticas para poder fortalecer su formación integral a través de los conocimientos teóricos y prácticos que le permitan al alumno egresar con mayor experiencia laboral.

Conocer el mercado laboral le permitirá al estudiante generar un mejor perfil para competir y desempeñar mejor un puesto de trabajo, en cualquier empresa.

Practicantes:

A quienes deseen la realización de prácticas profesionales, como opción de titulación se les propone:

- ☉ Realizar la búsqueda de una empresa que tenga un área o departamento que les permita desarrollar sus habilidades que han obtenido a través de la licenciatura y al mismo tiempo exista la posibilidad de expandir sus conocimientos.
- ☉ Cultivar un liderazgo positivo con los integrantes de equipo de trabajo, para generar un ambiente de respeto.
- ☉ Manejar las actividades con el mayor compromiso, exigiéndose a sí mismos la mayor calidad en sus funciones permitirá abrir nuevas oportunidades de desarrollo profesional.
- ☉ Desarrollar una acertada actitud al trabajar en equipo, para adquirir habilidades de competencia que permitan una mejor ejecución del cargo.
- ☉ Trabajar en la toma de decisiones bajo presión, para que las respuestas sean adecuadas y oportunas.
- ☉ Ejercitar la capacidad de analizar y procesar información que convenga a la empresa para su respetable uso.
- ☉ Generar en la empresa una imagen de respeto hacia el Instituto Politécnico Nacional y a la Licenciatura en Relaciones Comerciales mediante excelente desempeño de las funciones otorgadas.

Un Licenciado en Relaciones Comerciales egresa de la carrera con herramientas suficientes para desempeñar las funciones de empresas que busquen generar mayor incremento en sus ventas. Los principales conocimientos de un L.R.C. son en materia de mercadotecnia, investigación de mercados, publicidad, ventas y relaciones públicas; que permite a los egresados estándares de calidad que garantizan a las empresas obtener una mayor utilidad y una mayor participación en el mercado .

GLOSARIO

Turisiscom: Nombre del sistema que se utiliza empresa “**MÉXICO EN RENTA**”, como base para llevar un control de los movimientos de la empresa, mantener un correcto control de los datos de todos los prospectos o clientes y como vía de comunicación entre todas las áreas e integrantes de la empresa.

Target: Publico objetivo al que va dirigido el producto o servicio que se oferta.

Hostal: Establecimiento público proveedor de hospedaje de servicios compartidos.

Loft: Desván caracterizado por no tener muros de separación, ventanas grandes para depender de luz natural, muy espaciosos, techos altos y sin puertas y muy lujosos.

Check in: Registro de entrada, que se lleva a cabo en la recepción de la empresa para iniciar los trámites de contratación de servicio.

Check out: Registro de salida por el cual el cliente da por terminado la contratación del servicio, quedando nula toda obligación..

Web: Termino en ingles que significa “World Wide Web”, método de internet para manejar infinidad de código convertidos en documentos de información.

Copyright: Derecho auto sobre la información legalmente establecido. El símbolo de este derecho es ©.

Link: Enlace para los textos, imágenes o información proveniente de internet con acceso directo y especifico.

Ocupacionalidad: indicador de ocupación de un inmueble.

PAYPAL: Empresa del sector del comercio electrónico, prestadora de servicios de pagos electrónicos.

Outsourcing: Entregar a un tercero o agencia externa una actividad que se desarrolla dentro de la organización

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Consulta impresa:

1. Plan de Estudios de la Licenciatura en Relaciones Comerciales del Instituto Politécnico Nacional de la Escuela Superior de Comercio y Administración, 2008. (82 pág.) Noviembre del 2011.
2. Código Civil Federal del Nuevo Código publicado en el Diario Oficial de la Federación, 2012. (102 pág.) Enero, 2011.
3. Reglamento De Titulación Profesional del Instituto Politécnico Nacional de la Escuela Superior de Comercio y Administración, 1992. (15 pág.) Noviembre, 2011.
4. Fundamentos del Marketing de William J. Stanton & Michael J. Etzel, Editorial Mc Graw Hill, Decimocuarta edición, 2007. (22 pág) Febrero, 20011
5. Manual de administración de la empresa “MÉXICO EN RENTA”, 2007. (55 pág.) Diciembre, 2011.

Consulta electrónica:

1. Página Oficial “MÉXICO EN RENTA”. Noviembre, 2011.
<http://www.mexicoenrenta.com.mx/>
2. Servicios de Atención al Cliente, Mayo 2011.
http://importacionesan.blogspot.mx/2011_05_01_archive.html
3. Etapas de la evolución de los servicios de los establecimientos de hospedaje. Septiembre 2011.
<http://es.scribd.com/doc/48473784/Etapas-de-la-evolucion-de-los-servicios-de-los-establecimientos-de-hospedaje>
4. GLOSARIO de Términos de Mercadeo. Enero, 2011.
<http://www.mercadeo.com/glosario.htm>

ANEXOS

Anexo 1.- Carta de Bienvenida



MEXICO, DF 03 DE MARZO DE 2013.

Muy buenos días Sr Jaime Alvarez

MÉXICO EN RENTA LES DA LA MÁS CORDIAL BIENVENIDA.

Para su mejor estadía les he facilitado las claves de internet y algunos mapas.

Claves de internet WiFi en **Torre Sagredo**

Nombre: México en renta / Tistik 2 Clave: 1248163210

Clave para puerta de entrada en caso de no traer la llave, digitaliza ##1756#

Para marcar a la oficina digitaliza 0 y esperar en la línea.

Para hacer llamadas locales digitaliza 9 y el número que desea.

Puede tener acceso a este mapa donde encontrara diferentes sitios de interés.

<http://goo.gl/maps/374O>

MAPA CINE

MAPA DE SUPER MÁS CERCANO (SUPERAMA)

<http://goo.gl/maps/jcW4>

<http://goo.gl/maps/sDCz>

MAPA PARQUES

MAPA PANADERIAS

<http://goo.gl/maps/0Mno>

<http://goo.gl/maps/MGCW>

MAPA MUSEOS

FARMACIAS

<http://goo.gl/maps/F8rG>

<http://goo.gl/maps/cps1>

MAPA DE HOSPITALES

MAPA RESTAURANTES

<http://goo.gl/maps/Ad3K>

<http://goo.gl/maps/qwrO>


ATTE. EJECUTIVO ENCARGADO

Móvil 04455 00-00-00-00

Anexo 2.- Hoja de registro

REGISTRO

Fecha _____ Hora _____ Suite _____ Ejecutivo _____
 Nombre _____
 Hospedaje inicia _____ 201 _ termina _____ 201 _
 Garantía \$ _____
 Tarifa \$ _____ Noche _____ Semana _____ Mes _____
 Persona extra \$ _____
 Otros \$ _____
 Impuestos \$ _____
 Otros (Comisión bancaria)\$ _____ Tipo de cambio \$ _____
 No. de personas _____
 Nombre 2 _____
 Nombre 3 _____
 Nombre 4 _____
 Email _____
 Teléfono de contacto _____
 Telefono de emergencia _____



La hora de entrada es a las 2:00 p.m y la hora de salida es a las 12:00 p.m
Favor de entregar el departamento antes de las 12:00 hrs, de lo contrario se cobrará tarifa rack
 por noche de \$ _____ Firma de conformidad _____

Reembolso de garantía Fecha _____ Cantidad \$ _____
 Nombre de quien entrega _____
 Nombre de quien recibe _____ firma _____

POLITICAS DE HOSPEDAJE

El presente firma de ratificación de los datos, adquiriendo así los servicios mencionados y comprometiéndose al mismo tiempo al cumplimiento de las siguientes políticas, caso contrario se verá obligado a absorber los gastos que el incumplimiento conlleve.
 Tengo el previo conocimiento de las políticas de reservación, pago y cancelación del establecimiento del que haré uso temporal con fines de hospedaje, al tiempo que las acepto y firmo de autorizado para que en el incumplimiento de cualquiera de las mismas se me genere la amonestación y/o cargo que fuese necesario.

Al obtener la confianza de quienes me proporcionan el presente servicio, me comprometo a respetar el reglamento interno para clientes que la organización ha hecho de mi conocimiento aceptando así que en caso de violarlo, se puedan tomar las medidas que fuesen pertinentes para la preservación de la integridad de las instalaciones, la moral de la organización de todas las personas que laboran en la misma.

Se escriben al anverso de la presente los servicios adquiridos y el previo pago de los mismos, confirmando que en caso de requerir algún servicio extra me verá obligado a de la misma manera, realizar un previo pago para la realización de los mismos.
 Se deba mantener el orden y silencio después de las 10 pm.
 La electricidad es muy cara en México, por eso se insiste en apagar luces, etc. cuando no se usan. Los abusos se descontarán de su depósito.
 En caso de inconducta o si hay quejas justificadas de otros huéspedes o vecinos, se le pedirá que deje la suite o departamento. Sin reembolso alguno de la renta.
 No se permiten fiestas ni cualquier tipo de reunión; solo las personas registradas podrán entrar a las habitaciones, suites, lofts o departamentos.
 La Ciudad de Mexico es una ciudad segura, si sigue las elementales reglas de seguridad de cualquier gran ciudad y ciertas indicaciones en el edificio, como observar que la puerta de calle quede siempre cerrada.
 Hacer uso del balcón bajo su propio riesgo
 El pago de la cuota de mantenimiento incluye el uso NORMAL de gas, agua y luz.
 La administración podrá entrar a apagar luces prendidas, TV y agua aun sin estar el huésped

Los horarios de oficina son lunes a viernes de 7:00 a.m. a 12:00 p.m. y los sabados y domingos de 9:00 a.m. a 6 p.m.
 El telefono de atención es el 55 93 62 76 o enviar un correo a admonrenta@hotmail.com

REGLAMENTO INTERIOR Y RECOMENDACIONES A NUESTROS HUESPEDES.

Aplicables para el uso de las suites.

1. El huésped tiene la obligación de registrarse llenando la hoja de registro establecida por este establecimiento o al momento de registrar su reservación ya sea de forma personal o por nuestro personal; en caso de grupos el representante deberá proporcionar los nombres de todos los huéspedes a ser alojados y contratados con anterioridad. La administración podrá negar alojamiento al huésped que no cumpla con estos requisitos y estará facultada para exigir si lo estima oportuno, la identificación del solicitante y las personas que lo acompañan.
2. La hora para ingresar a las suites es a partir de las 14:00 Hrs. y la hora para checar la salida y desalojar suites es a las 12:00 Hrs de cada día. Si algún huésped permanece más tiempo se le cargará una noche más en tarifa rack.
3. Ninguna persona tiene derecho a dar alojamiento a otra sin el consentimiento previo de la administración .
4. Si algún huésped enfermase, la administración podrá llamar a un médico y podrá ser atendido en su suite, con cargo al huésped; si la enfermedad fuera contagiosa por causas imputables al mismo será trasladado por su cuenta al lugar adecuado.
5. No se permitirá a los huéspedes tener en las suites, ningún tipo de animales sin la autorización de la administración.
6. La Administración no se hace responsable por joyas y valores dejados en la suite.
7. Quedan a salvo los derechos de la Administración, como de los huéspedes de denunciar ante las autoridades competentes los hechos que constituyan algún ilícito o que dieran lugar a responsabilidad por alguna de las partes en sus personas y bienes, siempre y cuando ocurran dentro de la suite.
8. Queda prohibido a los huéspedes alterar el orden o causar molestias a los demás usuarios dentro del establecimiento; usar la corriente eléctrica y los equipos mecánicos instalados en las suites para otros fines que no sean a los que se están destinados.
9. Toda queja, sugerencia o felicitación del huésped, deberá ser en formatos de email a informes@mexicoenrenta.com.mx o en la administración en el buzón de comentarios y sugerencias.
10. Queda prohibido a los huéspedes clavar o colgar imágenes y objetos en las paredes, encender fuego, tener sustancias que por su fetidez o fácil descomposición molesten a los demás usuarios; **se prohíbe obstaculizar los corredores con bultos, bicicletas, motos o animales.**
11. La Administración tendrá a la vista de los huéspedes en cada suite, el reglamento interior.
12. La administración queda obligado a respetar las reservaciones hechas por los huéspedes debidamente confirmadas y pagadas antes de su llegada a la suite.
13. El servicio inmobiliario deberá pagarse por adelantado, por lo que todo huésped al registrarse deberá de establecer su crédito con tarjeta de crédito bancario, débito o efectivo. Si el cliente no paga con puntualidad se pierde el derecho del uso de la suite, sin reembolso alguno de efectivo.
14. El uso moderado y racional es el que se debe tener con los muebles de las suites, cuidando de ellos debidamente; todo huésped al salir de la suite, tiene la obligación de dejar cerradas las ventanas, puertas de entrada, llaves de agua y apagar luces.
15. La Administración podrá entrar a la suite a hacer cualquier reparación, apagar luces, cerrar llaves de agua, aún sin estar el huésped.
16. Los objetos y valores olvidados quedarán en custodia de la Administración por un término de 15 días, concluido este término y al no haber reclamación, serán donados.
17. No podrá haber discriminación alguna por razones de sexo, credo político, religioso, nacionalidad o condición social.
18. La Administración respetará las suites, ocupadas por algún huésped en virtud a la relación establecida y durante la vigencia de esta, garantizando así la privacidad del mismo y solo podrá tener acceso a las suites ocupadas, en caso plenamente comprobado que la seguridad del huésped se encuentre amenazada o a petición de este al este encontrarse en el interior.
19. Recomendamos que a su llegada revise el inventario de la suite, ya que al momento de su retiro será revisado y en caso de faltantes estos deberán ser cubiertos por el huésped al precio establecido por la Administración.

PAGOS										
	FECHA PAGO	FORMA DE PAGO	CANTIDAD DLLS	CANTIDAD PESOS	TC	CONCEPTO	ENTRADA	SALIDA	RECIBIO	FIRMA RECIBO
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										

cv firma _____

Anexo 3.- Contrato

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO QUE CELEBRAN, MONIK MARIA ROSALES MORFIN A QUIEN PARA LOS EFECTOS DEL PRESENTE CONTRATO SE LE DENOMINARÁ LA ARRENDADORA, Y POR LA OTRA NOMBRE DEL CLIENTE Y/O LUZ LISETTE MORFIN FLORES RFC AAAA00000000, ASÍ COMO JOSÉ ALBERTO ÁVILA SÁNCHEZ, EN SU CALIDAD DE FIADOR A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ LA ARRENDATARIA, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS

DECLARACIONES

DECLARA LA ARRENDADORA.-

I.- QUE TIENE LA LEGITIMACIÓN Y FACULTAD LEGAL DE DAR EN ARRENDAMIENTO EL INMUEBLE UBICADO EN LA CALLE DE SAGREDO 252 INT ACCESORIA, COL. GUADALUPE INN, MÉXICO DF 01020.

II.- QUE PARA TODO LO RELATIVO AL PRESENTE CONTRATO DESDE AHORA SEÑALA COMO DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR TODA CLASE DE DOCUMENTOS Y NOTIFICACIONES, EL UBICADO EN LA CALLE SAGREDO 253 COL. GUADALUPE INN, MEXICO DF 01020

DECLARA LA ARRENDATARIA.-

I.- QUE ES SU DESEO E INTERÉS TOMAR EN ARRENDAMIENTO EL INMUEBLE UBICADO EN SAGREDO 252 INT 103 COL. GUADALUPE INN, MÉXICO DF 01020.

II.- QUE PARA TODO LO RELACIONADO CON EL CONTENIDO DEL PRESENTE CONTRATO DE ARRENDAMIENTO, SEÑALA COMO DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR TODA CLASE DE DOCUMENTOS Y NOTIFICACIONES

III QUE AUTORIZA EXPRESAMENTE AL FIADOR EN CASO DE INCUMPLIMIENTO POR ORDEN VERBAL Y/O ESCRITA HAGA ENTREGA DEL DEPARTAMENTO AL ARRENDADOR.

DECLARA EL FIADOR.-

I.- QUE RESPONDE POR LOS ADEUDOS DE LA PARTE ARRENDATARIA SEGÚN LA AUTORIZACIÓN EXPRESA QUE TIENE PARA PAGAR O HACER ENTREGA DEL INMUEBLE

LAS PARTES MANIFIESTAN QUE ES SU VOLUNTAD CELEBRAR EL PRESENTE CONTRATO, POR LO QUE OTORGAN LAS SIGUIENTES:

CLÁUSULAS

PRIMERA.-LA ARRENDADORA ENTREGA Y LA ARRENDATARIA RECIBE EN ARRENDAMIENTO EL INMUEBLE UBICADO EN LA CALLE SAGREDO 252 INT 103 COL. GUADALUPE INN, MÉXICO DF 01020.

SEGUNDA.- LA ARRENDATARIA SE OBLIGA A PAGAR A LA ARRENDADORA O A QUIEN SUS DERECHOS REPRESENTA LA CANTIDAD DE \$00,000.00 (CANTIDAD EN LETRA 00/100 MN), POR EL ARRENDAMIENTO MENSUAL DEL INMUEBLE MENCIONADO EN LA CLÁUSULA QUE ANTECEDE RENTA QUE CUBRIRÁ CON TODA PUNTUALIDAD POR MES ADELANTADO, EN EL DOMICILIO DE LA ARRENDADORA DE CONFORMIDAD A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 2425 FRACCIÓN I Y 2427 DEL CÓDIGO CIVIL EN VIGOR.

DESDE ESTE MOMENTO LA ARRENDATARIA SE OBLIGA A PAGAR POR CONCEPTO DE PENA CONVENCIONAL EL 10% ADICIONAL A LA CANTIDAD FIJADA COMO RENTA MENSUAL, EN EL CASO DE LA FALTA DE PAGO OPORTUNO POR ESTE CONCEPTO.

TERCERA.- LA ARRENDATARIA SE OBLIGA A CUBRIR TODOS LOS GASTOS POR SERVICIOS DE LUZ, GAS, AGUA, INTERNET, BASURA, CABLE O LOS QUE NECESITARA Y CUALQUIER GASTO ACCESORIO.

CUARTA.- CONVIENE EXPRESAMENTE LA ARRENDATARIA, QUE TODO MES DE ARRENDAMIENTO LE ES FORZOSO, Y QUE LO PAGARÁ ÍNTEGRO AÚN CUANDO ÚNICAMENTE OCUPE EL INMUEBLE ARRENDADO UN SOLO DÍA, Y QUE POR FALTA DE PAGO DE UNA SOLA MENSUALIDAD, PODRÁ LA ARRENDADORA, SOLICITAR LA DESOCUPACIÓN INMEDIATA, RESCINDIÉNDOSE COMO CONSECUENCIA EL PRESENTE CONTRATO.

QUINTA.- EN EL SUPUESTO DE QUE LA ARRENDATARIA, NO PAGUE LAS RENTAS DE DOS O MÁS MESES, LA ARRENDADORA EN EL CASO DE ACUDIR ANTE LOS TRIBUNALES CIVILES A REQUERIR EL CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN DE PAGO POR PARTE DE LA ARRENDATARIA, PODRÁ EXIGIR ATENTO A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 962 DEL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTOS CIVILES EN VIGOR SE GARANTICE EL ADELUDO MEDIANTE EL EMBARGO DE BIENES SUFICIENTES PROPIEDAD DE LA ARRENDATARIA QUE CUBRAN LAS RENTAS ADEUDADAS Y LOS INTERESES DEVENGADOS POR LA MORA.

SEXTA.- LA VIGENCIA DE ESTE CONTRATO ES DE UN AÑO FORZOSO PARA AMBAS PARTES, DANDO COMIENZO EL DÍA **FECHA DEL CHECK IN, TERMINANDO EL DÍA **FECHA DEL CHEC OUT**, FECHA EN QUE LA ARRENDATARIA DEBERÁ DESOCUPAR EL INMUEBLE, SIN NECESIDAD DE JUICIO, OBLIGÁNDOSE A ENTREGAR A LA ARRENDADORA EL INMUEBLE EN LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES EN QUE LO RECIBIÓ, DE IGUAL FORMA SE COMPROMETE A DEVOLVER, LOS ENSERES Y MUEBLES QUE CONSTA EL INMUEBLE, MIEMOS QUE SE ENCUENTRAN DETALLADOS EN EL **INVENTARIO ANEXO I** AL PRESENTE CONTRATO; O EN SU CASO A PAGAR EL MONTO DISPUESTO POR LA ARRENDADORA POR TALES ENSERES, Y SI NO LO HICIERE, DURANTE TODO EL TIEMPO QUE CONTINUARE OCUPANDO, PAGARÁ POR CONCEPTO DE RENTA MENSUAL LA CANTIDAD DE \$25,000 (VEINTICINCO MIL PESOS 00/100 MN).**

SÉPTIMA.- EL TÉRMINO DEL ARRENDAMIENTO ES FORZOSO PARA AMBAS PARTES, Y CONCLUYE EL DÍA PREFIJADO; EN EL CASO DE QUE LA ARRENDATARIA CONTINÚE EN EL USO Y GOCE DEL INMUEBLE ARRENDADO, NO SE CONSIDERARÁ PRORROGADO EL PRESENTE CONTRATO, SI PREVIAMENTE NO SE HA CONVENIDO POR LAS PARTES Y FORMALIZADO POR ESCRITO LA PRÓRROGA.

SI LAS PARTES CONVIENEN EN CONTINUAR EL ARRENDAMIENTO POR TIEMPO INDETERMINADO, LA ARRENDATARIA ESTÁ OBLIGADA A PAGAR LA RENTA QUE CORRESPONDA POR EL TIEMPO QUE EXCEDA CONFORME A LO PACTADO EN ESTE CONTRATO, PUDIENDO CUALESQUIERA DE LAS PARTES SOLICITAR LA TERMINACIÓN DEL MISMO EN LOS TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 2478 DEL CÓDIGO CIVIL EN VIGOR.

OCTAVA.- DESPUÉS DE CONCLUIDA LA VIGENCIA DEL PRESENTE CONTRATO, Y EN CASO DE QUE AMBAS PARTES DESEARAN RENOVARLO, LO HARÁN SABER MEDIANTE ESCRITO QUE SE HAGA CON 30 DÍAS DE ANTICIPACIÓN A LA FECHA EN QUE DEBA DARSE POR TERMINADO EL MISMO.

NOVENA.- A LA ARRENDATARIA LE ES EXPRESAMENTE PROHIBIDO TRASPASAR, SUBARRENDAR O CEDER EN TODO O PARTE EL INMUEBLE ARRENDADO, DE CONFORMIDAD A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 2480 DEL CÓDIGO CIVIL, Y EN CASO DE HACERLO, DEBERÁ DE CONTAR PREVIAMENTE CON EL CONSENTIMIENTO POR ESCRITO DE LA ARRENDADORA, EN CASO DE QUE ÉSTA OTORGUE SU CONSENTIMIENTO, LA ARRENDATARIA CONTINUARÁ SIENDO RESPONSABLE ANTE LA ARRENDADORA DEL CUMPLIMIENTO DEL PRESENTE CONTRATO, HASTA QUE ÉSTA SE DÉ POR RECIBIDA DEL INMUEBLE.

DÉCIMA.- LA ARRENDATARIA CONVIENE Y SE OBLIGA EXPRESAMENTE A:

- 1 PERMITIR A LA ARRENDADORA O A LA PERSONA AUTORIZADA POR ÉSTA, PARA INSPECCIONAR EL INMUEBLE ARRENDADO, CUANTAS VECES LO ESTIME NECESARIO
- 2 NO TENER APARATOS O SUSTANCIAS PELIGROSAS, CORROSIVAS O INFLAMABLES EN EL INMUEBLE ARRENDADO.
- 3 NO HACER OBRAS O MODIFICACIONES EN EL INMUEBLE ARRENDADO, SIN EL CONSENTIMIENTO PREVIO Y POR ESCRITO DE LA ARRENDADORA.
- 4 NO TENER ANIMALES U OBJETOS MUEBLES QUE MALTRATEN EL INMUEBLE O MOLESTEN A LAS PERSONAS QUE TENGAN ACCESO AL MISMO.

DÉCIMA PRIMERA.- LA ARRENDADORA FACULTA A LA ARRENDATARIA, PARA QUE ESTA EFECTÚE POR SU CUENTA LAS ADAPTACIONES NECESARIAS EN EL INMUEBLE OBJETO DEL ARRENDAMIENTO, A FIN DE DEJARLO EN CONDICIONES DE SERVIR ADECUADAMENTE PARA SUS OPERACIONES, ESTA FACULTAD QUEDA SUJETA, NO OBSTANTE A QUE EL ARQUITECTO RESPONSABLE DE LA OBRA O EL PERITO QUE LA ARRENDADORA DESIGNA, APRUEBE DICHAS ADAPTACIONES PARA RESOLVER SI ELAS AFECTAN O NO A

LAS ESTRUCTURAS, FACHADAS, O CUALESQUIERA INSTALACIONES DEL INMUEBLE EN CASO DE QUE SEA NECESARIA LA PERFORACIÓN DE MUROS, ESTA SOLO PODRÁ EJECUTARSE BAJO AL VIGILANCIA Y DIRECCIÓN DEL ARQUITECTO RESPONSABLE O DEL PERITO QUE DESIGNE LA ARRENDADORA.

AL TÉRMINO DE ESTE CONTRATO, LA ARRENDATARIA DEBERÁ DEVOLVER EL LOCAL EN LAS CONDICIONES ORIGINALES EN QUE LO RECIBIÓ.

DÉCIMA SEGUNDA.- LA ARRENDATARIA, NO PODRÁ SIN EL EXPRESO CONSENTIMIENTO POR ESCRITO DE LA ARRENDADORA, HACER OBRAS EN EL INMUEBLE Y TODAS LAS QUE SE HICIEREN SEA DE LA CLASE QUE FUEREN, QUEDARÁN EN BENEFICIO DEL INMUEBLE SIN OBLIGACIÓN ALGUNA DE LA ARRENDADORA, DE REEMBOLSARLE EL IMPROTE DE LAS MISMAS, QUEDA BIEN ENTENDIDO ADEMÁS QUE MIENTRAS DURE EN VIGOR ESTE CONTRATO, LA ARRENDADORA NO TIENE OBLIGACIÓN DE HACER COMPOSTURAS DE NINGUNA CLASE EN EL INMUEBLE Y LA ARRENDATARIA SE OBLIGA A HACER POR SU EXCLUSIVA CUENTA TODAS LAS QUE SEAN NECESARIAS, YA QUE LA ARRENDATARIA MANIFIESTA QUE RECIBE DICHO LOCAL EN BUEN ESTADO PARA SERVIR AL USO CONVENIDO Y CON TODOS SUS SERVICIOS AL CORRIENTE Y SE ENCARGARÁ DE EJECUTAR DURANTE EL ARRENDAMIENTO LAS REPARACIONES QUE SEAN NECESARIAS, MISMAS QUE SERÁN ACORDADAS POR LOS OTORGANTES DEL PRESENTE CONTRATO.

DÉCIMA TERCERA.- LA ARRENDATARIA NO PODRÁ RETENER EL PAGO DE LA RENTA EN NINGÚN CASO, NI BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA, YA SEA A TÍTULO JUDICIAL O EXTRAJUDICIAL, NI MUCHO MENOS POR ALGUNA REPARACIÓN QUE LA ARRENDADORA NO HICIERA AL INMUEBLE ARRENDADO.

DÉCIMA CUARTA.- LA ARRENDATARIA, RECIBE EN BUEN ESTADO EL INMUEBLE DADO EN ARRENDAMIENTO, EL CUAL TIENE TODOS LOS SERVICIOS NECESARIOS PARA SU BUEN FUNCIONAMIENTO, OBLIGÁNDOSE A RESTITUIRLO A LA ARRENDADORA EN LAS MISMAS CONDICIONES.

DÉCIMA QUINTA.- A EFECTOS DE GARANTIZAR EL CUMPLIMIENTO DE TODAS Y CADA UNA DE LAS OBLIGACIONES DERIVADAS DEL PRESENTE CONTRATO DE ARRENDAMIENTO LA PARTE ARRENDATARIA HACE ENTREGA A LA ARRENDADORA DE LA CANTIDAD DE \$500,000 (CANTIDAD CON LETRA 00/100 MN) MISMA QUE LE SERÁ DEVUELTA AL TÉRMINO DEL ARRENDAMIENTO, SIEMPRE Y CUANDO LA ARRENDATARIA HAGA ENTREGA DEL INMUEBLE ARRENDADO EN BUEN ESTADO DE CONSERVACIÓN, CON EL DETERIORO DEL USO NORMAL, ASÍ COMO EL QUE SE ENCUENTRE AL CORRIENTE EN EL PAGO DE TODOS Y CADA UNO DE LOS SERVICIOS CON QUE CUENTA EL INMUEBLE QUE SE LE DA EN ARRENDAMIENTO.

DÉCIMA SÉXTA.- PARA GARANTÍA Y CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES CONTRAÍDAS POR LA ARRENDATARIA EN EL PRESENTE CONTRATO, EL FIADOR **JOSÉ ALBERTO ÁVILA SÁNCHEZ**, LO FIRMA CONJUNTA Y SOLIDARIAMENTE CON ÉSTA, PARA ASEGURAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES CONTRAÍDAS MEDIANTE EL PRESENTE ACUERDO DE VOLUNTADES, Y SE OBLIGA A PAGAR LISA Y LLANAMENTE LAS CANTIDADES QUE POR CUALQUIER CONCEPTO LLEGARA A ADEUDAR LA ARRENDATARIA, ASÍ COMO, SUS ACCESORIOS, INTERESES, GASTOS Y COSTAS EN EL CASO DE QUE SU FIADO NO LO HICIERE, O A HACER ENTREGA DEL INMUEBLE.

DÉCIMA SÉPTIMA.- LA ARRENDATARIA, Y SU FIADOR SE COMPROMETEN A CUBRIR A LA ARRENDADORA, EN FORMA SOLIDARIA Y MANCOMUNADAMENTE, ADEMÁS DE LA RENTA MENSUAL PRECISADA EN LA CLÁUSULA SEGUNDA DEL PRESENTE CONTRATO, UNA PENA CONVENCIONAL DE VEINTE SALARIOS MÍNIMOS VIGENTES EN EL DISTRITO FEDERAL POR CADA DÍA QUE LA ARRENDATARIA, CONTINÚE OCUPANDO EL INMUEBLE ARRENDADO VENCIDA LA VIGENCIA DEL PRESENTE CONTRATO, HASTA QUE SE HAGA ENTREGA DEL MISMO.

DÉCIMA OCTAVA.- LAS PARTES CONVIENEN QUE UNA DE LAS CAUSAS DE RESCISIÓN DEL PRESENTE CONTRATO, INDEPENDIEMENTE DE LAS QUE LA LEY CONTEMPLA, SERÁ EL HECHO DE QUE EL FIADOR, DEJE DE SER SOLVENTE, CONVINIENDO EN EL CASO DE RESCISIÓN POR INCUMPLIMIENTO O TERMINACIÓN ANTICIPADA DEL PRESENTE CONTRATO Y SI TAL CIRCUNSTANCIA ES IMPUTABLE A LA ARRENDATARIA, QUE SE APLICARÁ A FAVOR DE LA ARRENDADORA EL MONTO DEL DEPÓSITO ESTABLECIDO, LO ANTERIOR SERÁ COMO PENA CONVENCIONAL POR EL INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES QUE SE CONTRAEN.

DÉCIMA NOVENA.- LAS PARTES QUE INTERVIENEN EN EL PRESENTE CONTRATO DE ARRENDAMIENTO, MANIFIESTAN QUE PARA LA INTERPRETACIÓN Y CUMPLIMIENTO DEL CONTENIDO DEL MISMO, SE SOMETEN A LA COMPETENCIA DE LOS TRIBUNALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, RENUNCIANDO AL FUERO QUE PUDIERA CORRESPONDERLES EN VIRTUD DE SU DOMICILIO O VECINDAD PRESENTE O FUTURO.

LEÍDO QUE FUE EL PRESENTE CONTRATO DE ARRENDAMIENTO, Y CONOCIENDO SU CONTENIDO Y ALCANCE DE LAS OBLIGACIONES Y DERECHOS QUE SE CONTIENEN EN EL CUERPO DE ESTE DOCUMENTO, SE FIRMA POR DUPLICADO POR LAS PARTES QUE EN ÉL INTERVIENEN EN LA CIUDAD DE MÉXICO, DISTRITO FEDERAL EL DÍA 14 DEL MES DE DICIEMBRE DE 2012.

MONIK MARÍA ROSALES MORFÍN
LA ARRENDADORA

JOSÉ ALBERTO ÁVILA SÁNCHEZ
FIADOR

NOMBRE DEL CLIENTE
Y/O LUZ LISETTE MORFIN FLORES
LA ARRENDATARIA

Anexo 5.- Ejemplo de archivo de Word, notificando la rotación de páginas online.

Parte I

RELACIÓN DE PÁGINAS PARA ANUNCIARSE

1

1	ADOOS
2	AIREND
3	ALAMAULA
4	ATRIUNFAR
5	ANUNCIAME
6	ANUNCIOO
7	ANUNCIOS
8	ANUNCIOS CLASIFICADOS
9	ANUNCIOS GRATIS
10	ANUNCIOS.COM
11	ANUNCIOSMEXICO
12	ANUNCIOSMEXICODF
13	ANUNCIOS RECOMENDADOS

2

14	ANUNCIOSRED
15	ANUNICO
16	AVISOSENLAWEB
17	BIENES ONLINE
18	BLIDOO
19	BUSCO
20	CHECALO
21	CLASIFICADOS
22	CRAIGLIST
23	RENTA PISOS
24	CIUDAD ANUNCIOS
25	COMPARTODEPA
26	RENTA TEMPORAL

3

27	RENTA VACACIONES
28	CONTADORWAP
29	CSAS.MERCADO.MX
30	CLUBANUNCIOS
31	DEPARTAMENTOS- COMPARTIDOS
32	DINEROEN123
33	DOOMOS
34	EL CLASIFICADO
35	EVISOS
36	FACEBOOK
37	GABINO HOME
38	GOLOCAL
39	GUIATENERIFE

4

40	RENTHUNTINS
41	ROOMLENDER
42	SELL.MERCADO.COM
43	SITIOSESPANIA
44	SUBLET
45	TELEANUNCIO
46	TIWY
47	TUAVISO
48	TULUCO
49	TUSCLASIFICADOS
50	VENTAPUBLICA
51	VIVASTREET
52	YAKAN

Parte II

FECHA	SEMANA DEL 28/05 AL 03/06
COORDINADOR	GRUPO
ISRAEL	1
DENISSE	2
IVAN	3
KARLA	4

FECHA	SEMANA DEL 04/05 AL 10/06
COORDINADOR	GRUPO
ISRAEL	4
DENISSE	1
IVAN	2
KARLA	3

FECHA	SEMANA DEL 11/05 AL 17/06
COORDINADOR	GRUPO
ISRAEL	3
DENISSE	4
IVAN	1
KARLA	2

FECHA	SEMANA DEL 18/05 AL 24/06
COORDINADOR	GRUPO
ISRAEL	2
DENISSE	3
IVAN	4
KARLA	1

AVANZANDO POR LA CALIDAD