

# Venta de Productos y Servicios en Hostelería

El papel del auxiliar de alojamiento y catering en la venta de productos y servicios turísticos es fundamental para el éxito empresarial. A través de una atención excelente y técnicas específicas de comunicación, estos profesionales se convierten en embajadores de la marca y generadores de ingresos adicionales.



# Objetivos del Tema

01

## Conocimiento del Papel

Comprender la función del auxiliar de alojamiento y catering como vendedor de servicios turísticos

03

## Características

Apreciar las cualidades específicas de los productos y servicios del sector turístico

02

## Diferenciación

Valorar las diferencias fundamentales entre productos tangibles y servicios intangibles

04

## Comunicación No Verbal

Considerar elementos no verbales que potencian las ventas y la satisfacción del cliente

# Glosario de Términos Comerciales

## **Crossselling**

Técnica comercial que incrementa las ventas ofreciendo productos complementarios al cliente actual

## **Upselling**

Estrategia que incentiva al cliente a adquirir servicios superiores o de mayor valor añadido

## **Engagement**

Técnica que genera fidelización haciendo que el cliente se sienta parte de la empresa

## **Excelencia**

Estrategia empresarial para satisfacer necesidades de clientes, empleados, proveedores y sociedad

# El Auxiliar como Vendedor

Los empleados son el canal de comunicación más valioso con los clientes. Representan la voz y la imagen de la empresa, transmitiendo información y generando confianza. Son los principales vendedores de productos y servicios.

El auxiliar debe atender con cortesía y elegancia, satisfaciendo hábitos, gustos y necesidades con amabilidad y discreción, potenciando siempre la imagen positiva de la entidad.



# Comunicación Asertiva: Base del Éxito

## Principios Fundamentales

- Respeto hacia otros y hacia uno mismo
- Valoración de opiniones y emociones
- Tono de voz sincero y positivo
- Mirada abierta, directa y honesta

## Habilidades Clave

- Escucha activa y atenta al cliente
- Empatía para conocer necesidades
- Capacidad de superar expectativas
- Adaptación al estilo del cliente

📖 *"La naturaleza nos ha dado dos oídos, dos ojos y una lengua para que podamos oír y ver más que hablar"* – Zenón, filósofo griego



# Higiene Personal: Primera Impresión



## Uniforme Impecable

Usar uniforme limpio cada jornada, perfectamente planchado y sin roturas ni descosidos



## Aseo Personal

Ducha antes de iniciar la jornada, uso de desodorante, evitar perfumes fuertes



## Imagen Profesional

Peinados discretos y recogidos, maquillaje suave, uñas arregladas y limpias

# El Uniforme: Imagen Corporativa

## Características del Uniforme

- Permite libertad de movimientos
- Material transpirable y duradero
- Fácil planchado y mantenimiento
- Adaptado a la categoría del establecimiento

## Calzado Profesional

- Calzado de calidad y antideslizante
- Perfecto estado de limpieza
- Ayuda a evitar la fatiga
- Medias de compresión recomendadas

Las joyas están prohibidas por seguridad y estética. El uniforme debe mantener la uniformidad visual del equipo.

# Técnicas de Comunicación Asertiva

## Reiteración

Repetir el mensaje con diferentes palabras: "Entiendo, sin embargo no me interesa..."

## Banco de Niebla

Aceptar críticas manteniendo criterio propio: "Puede ser, pero a mí me gusta..."

## Interrogación Negativa

Responder pidiendo aclaración: "¿Por qué no puedo doblar así esta camiseta?"

Usar expresiones como "Pienso que...", "Siento que...", "Me gustaría..." y "Sí, sin embargo..." en lugar de "Sí, pero..."





## Actitudes y Técnicas de Protocolo

1

### Profesionalidad

Conocimiento del trabajo y realización correcta de tareas, disfrutando del servicio

2

### Conocimiento Integral

Dominio de productos, servicios, entorno de la empresa y ciudad para informar al cliente

3

### Educación

Trato adecuado con clientes, compañeros y superiores usando vocabulario apropiado

# Normas de Cortesía Esenciales

01

## El Saludo

Saludar siempre con "buenos días", sonrisa sincera y mirada abierta cuando nos cruzamos con clientes

02

## Postura de Servicio

Estar siempre de pie al hablar con clientes, demostrando actitud de servicio profesional

03

## Tratamiento Formal

Llamar de usted al cliente como fórmula de educación, excepto si solicita tuteo

04

## Ceder el Paso

El cliente tiene preferencia en pasillos y puertas, colocar el carro sin entorpecer

05

## La Despedida

Despedir con amabilidad, sonrisa y deseo de pronta vuelta al establecimiento

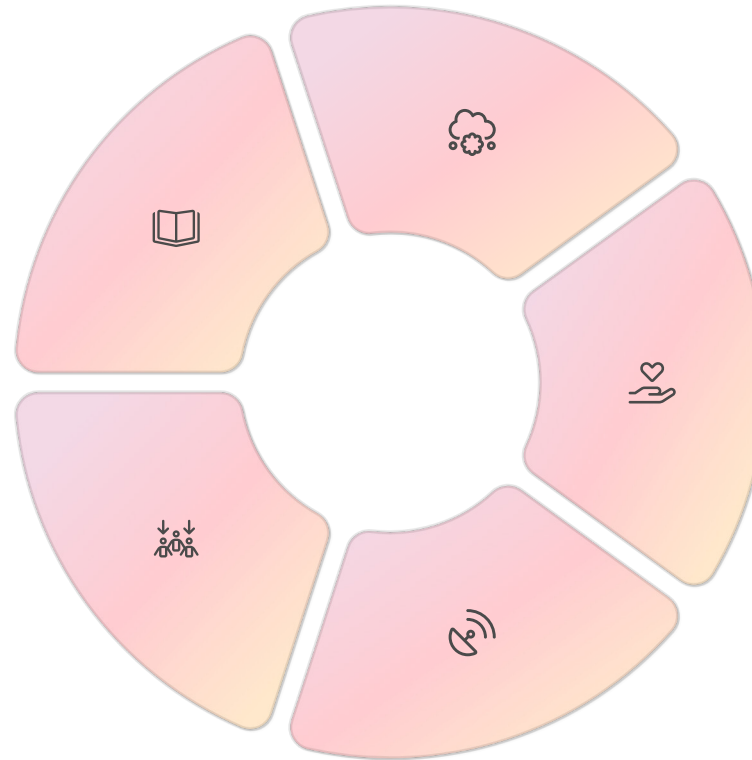
# Características del Vendedor Efectivo

## Conocimiento del Producto

Dominio completo de servicios y productos ofrecidos

## Conocimiento de Necesidades

Identificación precisa de lo que requiere el cliente



## Confianza

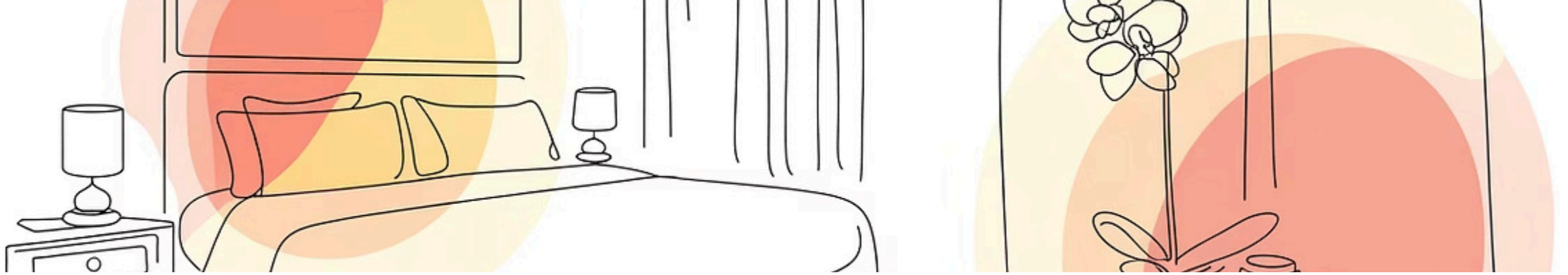
Seguridad en las recomendaciones y propuestas

## Empatía

Capacidad de ponerse en el lugar del cliente

## Comunicación

Habilidad para transmitir información efectivamente



## Servicios vs Productos: Diferencias Clave

Las empresas de alojamiento y restauración venden principalmente servicios, no productos. Aunque en restauración pueda parecer que se vende comida, en realidad se ofrece una experiencia completa: el montaje, la atención, el trato y el ambiente.

En el sector servicios aplicamos el concepto de **servucción** (servicios + producción): la fabricación de servicios que requiere la presencia del cliente para comenzar.

# Los Tres Elementos de la Servucción

## El Cliente

Sin cliente no hay servicio. Su presencia activa todo el proceso de servucción

## El Personal

Profesionales que ejecutan y personalizan el servicio según las necesidades

## Soporte Físico

Instalaciones, mobiliario, equipos y elementos materiales necesarios

La coordinación perfecta de estos tres elementos genera la experiencia de servicio que percibe y valora el cliente.



## Importancia de los Proveedores

Los proveedores son fundamentales en la prestación de servicios de calidad. Suministran amenities, productos de limpieza y realizan servicios como lavado de ropa blanca.

Deben conocer y respetar el nivel de servicio que la empresa desea ofrecer, suministrando productos acordes a estos estándares. La selección adecuada de proveedores impacta directamente en la satisfacción del cliente.

# Puesta a Punto de Habitaciones



## Preparación de Materiales

Organizar carro con lencería, amenities, productos de limpieza y documentación de estados



## Acondicionamiento

Hacer camas, preparar cobertura y graduar iluminación y temperatura ideales



## Operaciones Previas

Verificar funcionamiento de grifos, luces, persianas y recoger objetos olvidados



## Detalles Decorativos

Cuidar elementos de decoración, plantas, floreros y composiciones estéticas



# Preparación de Materiales para Catering

1

## Equipos y Instalaciones

Puesta a punto de trolleys, cabinas, cestas y herramientas necesarias para el servicio

2

## Aprovisionamiento

Géneros, elaboraciones culinarias, menaje reutilizable, cristalería, cubertería y mantelería

3

## Montaje de Servicio

Disposición de cargas según normativa higiénico-sanitaria y etiquetado correspondiente

4

## Recepción de Devoluciones

Recepción de materiales de vuelta, clasificación de residuos y reciclaje



# Técnicas de Venta: Upselling y Crossselling

## **Upselling – Servicios del Hotel**

- Servicio de lavandería
- Room service
- Servicios de babysitter
- Servicios de secretaría
- Minibar

## **Crossselling – Servicios Externos**

- Tiendas de recuerdos
- Restaurantes tradicionales
- Exposiciones y conciertos
- Lugares de diversión
- Ofertas especiales para huéspedes

Estas técnicas incrementan ingresos y mejoran la experiencia del cliente, generando valor añadido al servicio principal.

# Engagement: Fidelización del Cliente

## Detalles de Bienvenida

Carteles de no molestar, amenities de aseo, cestas de frutas, bandejas de infusiones

## Material Informativo

Información sobre servicios del hotel, mapas de la ciudad, lugares de interés turístico

## Regalos Promocionales

Bolígrafos, agendas, paraguas, toallas, albornoces y directorio de otros hoteles de la cadena

La información completa, honesta y creíble genera fidelidad del huésped, vinculación que se inicia antes de su llegada.

# ROOM RATES

— 00  
— 00  
— 00  
— 00

## Regulación de Precios en Establecimientos

La Ley de Ordenación del Comercio Minorista regula que los establecimientos pueden fijar libremente sus precios, pero deben garantizar **publicidad suficiente** de los mismos.

### Hoteles

Lista de precios máximos y mínimos de habitaciones detrás de la puerta de entrada

1

2

### Servicios Adicionales

Precios de minibar, spa y otros servicios visibles en escritorio o mesilla

### Catering y Transporte

Cartas de productos con precios en trolleys para servicios a bordo

3

# Conclusiones: El Auxiliar como Embajador de Ventas

El auxiliar de alojamiento y catering desempeña un papel fundamental como vendedor indirecto de servicios turísticos. A través de la comunicación asertiva, la higiene personal impecable, el dominio de técnicas de protocolo y la preparación meticulosa del servicio, contribuye decisivamente al éxito comercial.

La comprensión de la servucción, la aplicación de técnicas de upselling, crossselling y engagement, junto con el cumplimiento de la normativa de precios, convierten a estos profesionales en verdaderos embajadores de la marca que generan satisfacción, fidelización y rentabilidad empresarial.



## 3

**Elementos Clave**

Cliente, personal y soporte físico  
en la servucción

## 100%

**Satisfacción**

Objetivo de excelencia en el  
servicio turístico