



**UFCD
3438**

ACOLHIMENTO E CHECK-IN DOS CLIENTES

Ação: Rececionista de Hotel – Nivel 4

Data de início: 27 de Abril de 2015

Formador: Nelson Meneses



Índice

Introdução	2
Âmbito do manual.....	2
Objetivos	2
Conteúdos programáticos	2
Carga horária	2
1.Postura e apresentação na receção.....	3
2.Relacionamento interpessoal	7
3.Técnicas acolhimento e atendimento de clientes	15
3.1.Condições de estadia e acordos prévios.....	16
3.2.Condições de pagamento	20
3.3.Clientes com e sem reserva, individuais ou em grupos.....	21
4.Registo e atribuição dos quartos.....	24
4.1.Registos de reserva	25
Manutenção de contas	27
Troca de quartos	28
4.2.Key pass.....	30
4.3.Fichas de cliente	31
5.Formas de pagamento	37
5.1.Cartão de crédito	38
5.2.Voucher.....	40
5.3.Traveller cheque	44
5.4.Moeda estrangeira.....	45
6.Informação sobre os serviços ou eventos prestados pelo estabelecimento.....	46
Bibliografia	50



Introdução

Âmbito do manual

O presente manual foi concebido como instrumento de apoio à unidade de formação de curta duração nº **3438 – Acolhimento e check-in dos clientes**, de acordo com o **Catálogo Nacional de Qualificações**.

Objetivos

- Efetuar o acolhimento e o check-in de clientes.

Conteúdos programáticos

- Postura e apresentação na recepção
- Relacionamento interpessoal
- Técnicas de acolhimento e atendimento de clientes
 - Condições de estadia e acordos prévios
 - Condições de pagamento
 - Clientes com e sem reserva, individuais ou em grupos
- Registo e atribuição dos quartos
 - Registos de reserva
 - Key pass
 - Fichas de cliente
- Formas de pagamento
 - Cartão de crédito
 - Voucher
 - Traveller cheque
 - Moeda estrangeira
- Informação sobre os serviços ou eventos prestados pelo estabelecimento

Carga horária

- 25 horas

1. Postura e apresentação na receção





A receção de um hotel não envolve, como à primeira vista pode parecer, o simples trabalho de atribuir um quarto, entregar uma chave e encaminhar o cliente para um quarto.

Na realidade, a receção traduz o conjunto de funcionalidades descritas, acrescida de tudo o que possa ser feito para colocar o hóspede à vontade num ambiente estranho e desconhecido, de forma a que ele possa desfrutar ao máximo de todas as facilidades postas à sua disposição.

A receção engloba, pois:

- A receção do hóspede à chegada, com simpatia;
- O atendimento das suas necessidades, com presteza;
- O preenchimento das formalidades necessárias, sem enfado;
- O encaminhamento do hóspede para o seu quarto, deixando aberto o caminho para que ele volte à receção, sem constrangimento.

Independentemente do seu tamanho, a receção deve ser organizada para administrar certas tarefas-chave e áreas de responsabilidade.

É por esta razão que o rececionista não é apenas o primeiro contacto do cliente no hotel mas, também, a pessoa que lhe está mais acessível e a quem ele vai recorrer em caso de necessidade.

Através da nossa aparência pessoal e do espaço físico onde exercemos a nossa função exprimimos:

- Respeito pelo cliente
- A imagem da empresa

A forma como o profissional se apresenta e se comporta também interfere diretamente no seu relacionamento com o cliente. A observação cuidadosa de algumas recomendações e atitudes amplia a qualidade desse relacionamento.



Aparência

A aparência deve ser discreta e harmoniosa. Qualquer elemento que se destaque excessivamente ou esteja desajustado transforma-se em um ponto de tensão e desvia a atenção do interlocutor, comprometendo o atendimento.

Deve-se considerar o conjunto de fatores que influem na aparência:

- **Rosto** - A pele deve estar sempre limpa e sem sinais de oleosidade. Homens devem manter a barba feita ou aparada. Mulheres devem utilizar maquilhagem discreta, em tons suaves.
- **Dentes** - Devem estar sempre limpos e ser escovados com frequência. Use sempre fio dental, caso não seja possível escová-los.
- **Cabelos** - Devem estar sempre limpos e penteados. As mulheres com cabelos compridos devem mantê-los presos.
- **Unhas** - Devem estar limpas e bem cortadas. As mulheres não devem utilizar vernizes de cores fortes.
- **Roupas** - No trabalho, recomenda-se utilizar roupas discretas e adequadas à função. A opção por roupas sóbrias, de tons neutros, evita erros. As mulheres devem evitar saias curtas, decotes e transparências. As roupas devem estar sempre limpas e passadas.

O rececionista deve possuir várias qualidades básicas para desempenhar a sua função:

- Vocação para servir
- Bons modos
- Bom administrador do seu trabalho
- Senso comum e adaptabilidade
- Simpatia e cortesia
- Diplomacia
- Responsável e honesto
- Entusiasta
- Respeitar os outros
- Raciocínio rápido



- Exato nas respostas
- Pontual
- Cuidadoso com a aparência
- Cultivar o intelecto
- Segurança sobre si mesmo
- Ser conhecedor das técnicas e métodos a utilizar

O rececionista, durante as horas de serviço, deve exteriorizar um ar alegre, sorrindo com naturalidade.

Deve ter facilidade em se expressar. Deve ter também domínio de si próprio e ser paciente para com a pessoa que revela mau humor.

Do acolhimento pessoal que se deve prestar ao cliente quando chega ao hotel fazem parte o sorriso franco, aberto e as boas maneiras. Não deve esquecer-se que tudo isto não se limita à chegada do cliente, mas deve manter-se durante toda a estada e até à sua saída do hotel.

Os rececionistas devem ser treinados e encorajados a ter um código de atitudes que confira dignidade ao seu próprio trabalho:

- Antecipar os desejos dos hóspedes e ter boa vontade com as suas necessidades, solidariedade para com os seus problemas, muita atenção e eficiência na solução de reclamações;
- Na despedida, ser amigável: dirigir ao hóspede um caloroso “até breve!”, “esperamos que volte sempre” e um “obrigado”;
- Usar sempre, ou quando possível, o nome do hóspede;
- O hóspede deve ser o objetivo maior de todos os nossos esforços, pensamentos e atitudes. Ele é a razão da nossa existência e a sua satisfação é a garantia da nossa continuidade.

2.Relacionamento interpessoal





As organizações vivem situações que se poderão apresentar difíceis, provocadas pela própria dinâmica da sua atividade e, conseqüentemente, é relevante a importância que desempenha a capacidade de relacionamento interpessoal dos seus colaboradores e a sua flexibilidade na resolução de determinadas situações.

Assim, hoje em dia, a exigência de se desenvolver um relacionamento interpessoal está cada vez mais presente, porque ninguém trabalha sozinho.

No âmbito de uma receção hoteleira, podemos descrever várias formas de facilitar um bom relacionamento interpessoal entre o atendedor e o cliente:

Cortesia

No atendimento, a cortesia tem uma função especial e facilita o estabelecimento de um clima favorável. A cortesia se revela nos detalhes, no modo de falar, nos gestos e na atenção contínua que demonstra interesse e boa vontade.

É o conjunto de fatores que torna uma pessoa cortês, mas alguns elementos são indispensáveis no relacionamento profissional:

Cumprimento

A iniciativa do cumprimento deve ser do atendedor. Utilize o cumprimento adequado para o horário do atendimento: *Bom dia, boa tarde, boa noite*. Sempre responda ao cumprimento do cliente, caso ele o faça primeiro.

Tratamento

Como foi visto, o tratamento adequado ao atendimento é o formal. Todos os clientes devem ser tratados por *senhor* ou *senhora* independentemente da idade. Se o cliente se apresentar com o título como: *doutor, professor, engenheiro, etc.*, o atendedor deve utilizá-lo quando se dirigir a ele.



Expressões

No atendimento, é imprescindível a utilização das expressões: *por favor e obrigado*. Deve-se dizer *por favor* sempre que alguma solicitação for feita ao cliente. Deve-se dizer *obrigado* sempre que encerrar o atendimento.

Colocação da voz

A voz é parte da identidade de uma pessoa e é um fator-chave na sua imagem. É, também, através da voz clara e segura que se consegue captar a atenção do interlocutor e transmitir credibilidade, pelo que a voz desempenha um papel primordial no bom atendimento.

Neste domínio devemos levar em conta os seguintes aspetos:

A velocidade

- Vai determinar a rapidez ou lentidão com que se fala. Falar com rapidez pode ser percecionado como nervosismo, ansiedade e insegurança impossibilitando uma boa captação do exposto. Já falar devagar pode provocar tédio no interlocutor, ou mesmo que este se alheie do que está a ser dito.

O volume

- É um aspeto determinante para se estabelecer o melhor tom que vai requerer a altura da voz, a fim de esta se apropriar ao local e ao interlocutor. Falar muito alto pode demonstrar agressividade e falar baixo pode ser um sinal de insegurança e timidez.

O timbre

- Está ligado às características físicas de cada um. Apesar de não ser fácil alterar o timbre de voz, esta poderá permitir que a voz seja bem colocada e agradável;

A entoação

- Permite dar ênfase à voz. Deve usar-se dinâmica na comunicação e evitar falar de forma monótona. Por um lado, a pessoa que articula as palavras com uma entoação excessiva pode passar a impressão de ser arrogante, mas ao apresentar pouca entoação vai denotar cansaço ou desânimo.

Atitudes gestuais

As pessoas não se comunicam apenas por palavras. Os movimentos faciais e corporais, os gestos, os olhares, a entoação é também importante: são os elementos não-verbais da comunicação.

Os significados de determinados gestos e comportamentos variam muito de uma cultura para outra e de época para época.

A comunicação verbal é plenamente voluntária; o comportamento não-verbal pode ser uma reação involuntária ou um ato comunicativo propositado.

Alguns psicólogos afirmam que os sinais não-verbais têm as funções específicas de regular e encadear as interações sociais e de expressar emoções e atitudes interpessoais.

Expressão facial

- Não é fácil avaliar as emoções de alguém apenas a partir da sua expressão fisionómica. Por vezes os rostos transmitem espontaneamente os sentimentos, mas muitas pessoas tentam inibir a expressão emocional.

Movimento dos olhos

- Desempenha um papel muito importante na comunicação. Um olhar fixo pode ser entendido como prova de interesse, mas noutro contexto pode significar ameaça,



provocação. Desviar os olhos quando o emissor fala é uma atitude que tanto pode transmitir a ideia de submissão como a de desinteresse.

Movimentos da cabeça

- Tendem a reforçar e sincronizar a emissão de mensagens.

Saber ouvir

A escuta ativa é uma atitude de disponibilidade para receber as mensagens dos outros e tentar compreendê-las.

A escuta ativa aplicada ao Atendimento ao Público encoraja o cliente/ utente a explicitar as suas necessidades, ao mesmo tempo que dá a quem atende a certeza de estar a compreender o que ele está a dizer. De facto, temos a tendência para ouvir o que queremos ouvir e ver o que queremos ver.

Devido a este facto, a mensagem recebida por nós é muitas vezes completamente diferente daquela que o emissor desejava transmitir.

As melhores ocasiões para recorrer à escuta ativa são quando não estamos certos de ter compreendido o emissor ou quando é transmitida uma mensagem fortemente emocional (uma reclamação, por exemplo).

Quando usamos a escuta ativa, estamos a enviar um sinal ao cliente de que confiamos nele, de que damos importância às suas palavras e de que o estamos a ouvir. Isto faz com que em troca, o cliente se sinta mais confiante e tenha prazer em estar com quem o atende.

Atitudes que favorecem a comunicação e o relacionamento interpessoal

1. Empatia
2. Adaptabilidade



3. Autocontrolo
4. Tolerância à frustração
5. Força de vontade
6. Energia
7. Sociabilidade

1. Empatia

- É a faculdade de se colocar no lugar do interlocutor, de sentir o que ele sente.
- É a faculdade de penetrar no mundo do outro, procurando compreender o que ele vive e o que ele sente, sem se deixar dominar pela tendência natural de avaliar as ideias dele, em função dos nossos próprios sentimentos ou valores.
- Esta atitude implica, por parte do profissional, uma boa capacidade de escuta.
- Ser empático é compreender, sem necessariamente estar de acordo.
- Ser empático é mostrar ao interlocutor que o compreendemos.

Comportamentos que bloqueiam a empatia:

- Impor o seu próprio ponto de vista sem considerar as opiniões e necessidades do cliente.
- Não escutar as mensagens do cliente.
- Estar centrado na sua própria lógica sem tentar compreender a lógica do cliente.
- Interrogar sistematicamente ou não deixar falar.
- Julgar e criticar.
- Impor e dominar.

2. Adaptabilidade

- O profissional que atende o público tem que se colocar à altura do seu interlocutor. O contacto com pessoas diferentes exige comportamentos e linguagens diferentes.
- Deve ter-se cuidado no tratamento das pessoas.

3. Autocontrolo



- O profissional não deve permitir que os seus sentimentos e emoções negativas, assim como os seus juízos interfiram na relação com o cliente.
- Se, anteriormente, o cliente foi mal-educado ou incorreto para com o profissional, na próxima vez que o atende, deverá fazê-lo como se nada se tivesse passado e ser delicado e respeitoso.

4. Tolerância à Frustração

- Se, perante um interlocutor incorreto não conseguir que ele, ao longo do atendimento, seja bem-educado, não deve ficar frustrado, nem permitir que a relação seguinte seja afetada por esse facto.

5. Força de Vontade

- Se nalgum momento, durante o dia, o trabalho não correu tão bem como esperava por razões que lhe são estranhas e não pode controlar (falta de um colega) não se deixe abater.
- Trabalhe mais e lide naturalmente com a situação reagindo e respondendo adequadamente ao cliente.

6. Energia

- Não manifeste lentidão, nem na linguagem verbal, nem nos gestos.
- Mostre-se uma pessoa de ação, enérgica e dinâmica. Informe-se, dê soluções e apresente propostas.

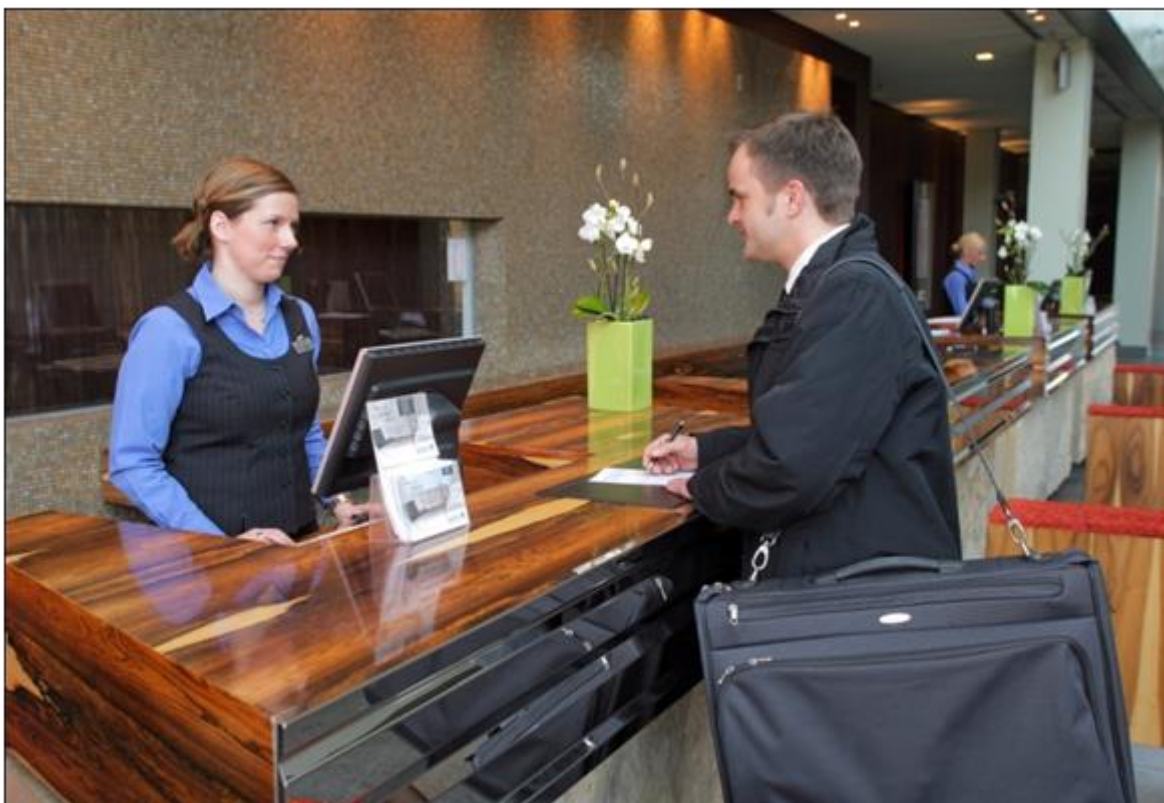
7. Sociabilidade

- O profissional do atendimento deve gostar de comunicar e de estar, durante o tempo que for necessário, relacionando-se com o cliente.



- Deve ser sensível às relações humanas e aos problemas dos outros.
- Deve gostar e sentir-se bem, por ajudar os outros e satisfazer as suas necessidades.

3.Técnicas acolhimento e atendimento de clientes



3.1. Condições de estadia e acordos prévios

Os hotéis oferecem diferentes tipos de quartos que acompanham a sua categoria e as necessidades dos clientes.

Os tipos diferenciam-se por:

- Capacidade de acomodação;
- Categoria;
- A sua localização exterior;
- A sua localização interior;
- As medidas das camas;
- Quartos especiais.

Tipos de quartos

- **Single/Individual** – quartos com uma cama para uma pessoa
- **Double/Duplo** - quarto com cama de casal
- **Twin** – duas camas de solteiro idênticas que estão disponíveis num quarto ou apartamento duplo;
- **Triplo/Quadruplo** – quarto com três ou quatro camas
- **Suite** – quarto com sala

Modalidades de alojamento

Alojamento

A modalidade de alojamento consiste na locação de um quarto e suas instalações privativas por um período máximo de 24 horas, o qual termina sempre, salvo acordo em contrário, às 12 horas de cada dia.

APA - alojamento e pequeno-almoço



Esta modalidade consiste, como o próprio nome indica, no fornecimento ao cliente de quarto e pequeno-almoço.

MP – meia – pensão

A modalidade de meia-pensão consiste na locação de um quarto por um período de 24 horas, com início às 12 horas de cada dia e com termo às 12 horas do dia seguinte. Compreende a refeição principal (almoço ou jantar) dentro do mesmo período e pequeno-almoço no dia de partida.

PC – pensão – completa

Dá-se o nome de pensão completa à modalidade de hospedagem que consiste no aluguer de um quarto pelo mesmo período de tempo indicado para a meia-pensão, mas com direito a pequeno-almoço, almoço e jantar.

Tarifas

A tarifa é o preço que o hotel cobra aos seus hóspedes e pode ou não incluir uma série de serviços, como alimentação, bebidas ou entretenimento.

A tarifa aplicada pelos hotéis é diária, independentemente dos dias que durar a estadia.

Em quase todos os países, as tarifas são fixadas pelos próprios hotéis e muitas vezes são regulamentadas por autoridades governamentais, relativamente aos seus valores mínimos e máximos.

Tarifa de balcão ou normal

São as tarifas normais, sem descontos, aplicadas a todos os quartos e variam conforme o tipo e a categoria do hotel.



Tarifa de alta e de baixa temporada

Nos hotéis em zonas de férias, cuja afluência de hóspedes oscile de acordo com a época do ano, aplicam-se tarifas diferenciadas com valores que variam até 50 % uma da outra.

Tarifa comercial ou corporativa

Aplicada a todos os hóspedes que vêm pelas empresas. Essas tarifas, aplicadas sobretudo em viagens de negócios, possuem um desconto que oscila entre 10 e 20 %.

Tarifa para hóspedes habituais

Aplicada aos hóspedes habituais ou preferenciais, tem normalmente um valor semelhante ao da tarifa comercial (10 a 20 %).

Tarifa familiar

Muitos hotéis aplicam descontos por meio de tarifas que promovem a acomodação de famílias com crianças, dando a possibilidade, por exemplo, de não pagar pelos menores de 6 a 12 anos acompanhados dos seus familiares.

Tarifa promocional

Em diferentes datas, sobretudo em baixa temporada, o hotel lança no mercado tarifas promocionais para atrair clientes.

Pacotes

São criados pelo hotel em cooperação com um agente de viagens durante um determinado período, com base em muitos fatores, como o volume de vendas, os no-shows, a forma de pagamento, os quartos a ocupar, etc.

Allotment



O *Allotment* é um acordo segundo o qual os hotéis se comprometem a guardar certo número de quartos para a agência durante determinado período.

A reserva definitiva deverá ser confirmada no prazo de três semanas a um mês antes da data da chegada, sem o que o quarto ou quartos ficam automaticamente livres e à disposição do hotel. Não haverá qualquer pagamento ou indemnização.

Estes acordos têm como finalidade facilitar aos agentes a organização de certas viagens de férias na estação alta ou viagens circulares, sendo os programas especiais largamente difundidos. As tarifas são especiais ou não, conforme os acordos feitos entre os hotéis e as agências, para vigorar neste caso.

Este sistema permite às agências a venda de quartos até ao limite acordado, sem consulta direta aos hotéis.



3.2. Condições de pagamento

A forma de pagamento deve ser estabelecida no check-in, garantindo ou não a estadia.

Cada vez mais clientes desonestos visitam os hotéis. Para combatê-los, foram estabelecidos sistemas que garantem a estadia do hóspede, não apenas em relação aos gastos de hospedagem, como também em relação aos consumos extras nos diferentes pontos de venda do estabelecimento.

Há hotéis que aplicam o sistema de garantia a todos os hóspedes, enquanto que outros o fazem apenas aos que não são habituais.

Esta garantia pode ser feita de duas formas:

- Garantia mediante cartão de crédito;
- Garantia mediante adiantamento em dinheiro.

Modalidades de pagamento

Os hotéis normalmente aceitam como formas correntes de pagamento todas as habitualmente usadas:

- Moeda nacional: sem restrições;
- Moeda estrangeira: sem restrições para as moedas com conversão no país, ao câmbio do dia;
- Cartões de crédito: deve ser feito um memorando à receção sobre este assunto, indicando os cartões de crédito aceites e as suas condições;
- Cheques;
- Cheques de viagem nacionais: Como moeda corrente;
- *Vouchers*: os autorizados devem constar no “manual de crédito”, no qual estarão também indicadas as agências e empresas com crédito autorizado.



3.3.Clientes com e sem reserva, individuais ou em grupos

Hóspedes com reserva

O trabalho eficiente da receção prevê que, ao iniciar do dia, sejam examinadas todas as reservas, para designar a elas o quarto mais conveniente, segundo as comodidades solicitadas.

Para o efeito, no momento do check-in, o rececionista deve verificar a situação dos quartos que estão designados.

Depois de dar ao hóspede cordiais boas-vindas, deve-se verificar os seus dados, esclarecendo as dúvidas pertinentes e informando as condições da reserva.

No caso de hóspedes provenientes de agências de viagens, companhias aéreas ou outras empresas que se encarregam da sua conta total ou parcial, deve-se solicitar o voucher no qual constam os serviços contratados previamente.

Quando o hóspede provém de uma empresa que paga todos os alguns dos serviços, devem ser esclarecidas possíveis dúvidas.

Hóspedes sem reserva

Da mesma forma que se age com os hóspedes que chegam com reserva, serão dadas as melhores boas-vindas às pessoas que chegam ao estabelecimento sem reserva.

Muitas pessoas dirigem-se ao balcão da receção para consultar sobre serviços e tarifas, alguns hospedam-se e outros vão para outros estabelecimentos hoteleiros.

Nesses casos, deve-se por em prática uma das principais qualidades do rececionista: a aptidão de vendedor.



Para essa tarefa, o rececionista deve convencer o futuro hóspede a conhecer os quartos e demais serviços que o hotel oferece, destacando todas as suas qualidades. Deve ter em mente que por vezes a diferença de preços não acompanham a qualidade dos serviços e que o cliente sempre procura a melhor qualidade pelo melhor valor.

O rececionista deve entender sempre as necessidades do futuro hóspede para oferecer o mais indicado, segundo a situação.

Caso não seja possível alojar o hóspede, por o hotel estar completo, a receção deve encontrar alojamento noutra hotel, de preferência conhecido, ou de categoria e serviço idênticos, começando pelos de preferência do cliente, se este a tiver.

Todos os esforços devem ser feitos para que o cliente não deixe o hotel sem ter quarto assegurado noutra lugar.

Check-in de hóspedes com necessidades especiais

Quando este tipo de hóspedes chegam à receção, deve-se oferecer toda a ajuda possível, prestando atenção maior do que a norma em todo o processo, sobretudo no acompanhamento ao quarto.

O hotel deve prever nas suas instalações as modificações necessárias para acomodar tais hóspedes. Caso não exista coordenação com o pessoal de andares e/ ou manutenção, deve-se modificar na medida do possível o equipamento e a decoração dos quartos, de forma a garantir mais conforto e mobilidade durante a estadia.

Check-in de hóspedes VIP

Embora todos os hóspedes sejam pessoas importantes para o hotel, alguns, pela sua importância social, económica, política, desportiva ou outra, recebem nos hotéis um tratamento “preferencial” durante a estadia.



No processo de check-in, é frequente estar presente o diretor-geral do hotel ou o gestor de operações, para demonstrar como o hóspede é importante para o hotel. No acompanhamento ao quarto, participam mais funcionários do que o normal.

Alguns estabelecimentos possuem um livro de ouro ou livro de personalidades, que no momento do check-in é assinado pelos hóspedes VIP.

Check-in de grupos

Quando muitos hóspedes participam de uma vez no processo de check-in, deve-se planejar as tarefas para conseguir a devida eficiência. Deste modo, deve ser realizada uma série de adaptações ao processo habitual, detalhada a seguir:

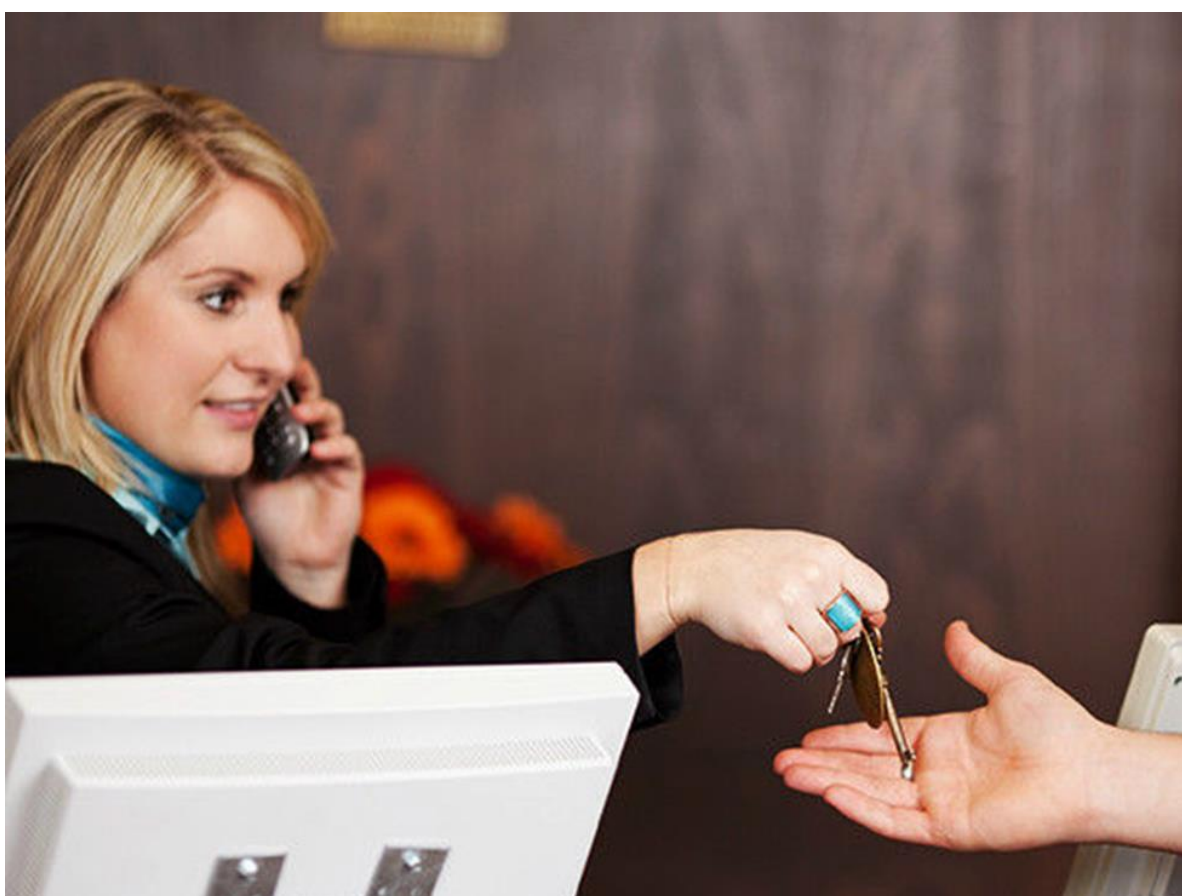
Antes do check-in

- Designar, se possível, os quartos num mesmo andar, ou andares próximos, o que facilitará o acompanhamento aos hóspedes;
- Preparar os envelopes de boas-vindas (com a informação necessária do hotel e da cidade);
- Bloquear um quarto para transformá-lo em suite de hospitalidade se for necessário;
- Comunicar-se e coordenar-se com os outros serviços do hotel.

Durante o check-in

- Dar as boas-vindas ao grupo e comunicar-se com o responsável ou coordenador;
- Registrar todos os integrantes ou completar o pré-registo;
- Designar os quartos correspondentes;
- Solicitar os vouchers (no caso de um grupo turístico);
- Ajustar a lista de hóspedes ordenada pelo tipo de quarto a ocupar e enviar o pessoal que acompanhará os hóspedes;
- Distribuir a bagagem correspondente;
- Abrir as contas correspondentes.

4.Registo e atribuição dos quartos



4.1.Registos de reserva

Um dos momentos críticos da estadia de qualquer cliente é o check-in. Ele vai fazer a avaliação do hotel que escolheu pela qualidade do atendimento que receber nesse momento e o seu comportamento durante a estadia vai depender desse atendimento.

O rececionista deve ser franco e amável, sem ser formal. Deve sorrir sem exagero ou formalidade.

O cliente deve ser rapidamente acompanhado ao quarto que lhe foi destinado, sem ter de esperar muito tempo pela bagagem.

Deve ser-lhe desejada uma boa estadia no hotel e deve ser informado de que a receção estará ao seu dispor, para ajudar em alguma dificuldade que encontrar.

O registo de entrada dos hóspedes no hotel é efetuado depois das 14H00, porém, pode haver exceções no horário.

Por exemplo, a chegada de um voo pela manhã, onde os clientes venham diretamente para o hotel, embora isso não constitua problema se no momento da reserva o hotel registar o horário de chegada do voo.

Procedimentos durante o check-in

- O cliente deve ser amavelmente cumprimentado à chegada, com um sorriso.
- Perguntar se tem reserva e, em caso afirmativo, dar as fichas para preenchimento enquanto a procura no file ou no computador.
- Se eventualmente não encontrar a reserva, não informar o hóspede dessa facto e perguntar apenas se a reserva era particular ou de empresa, e qual a empresa.
- Deve haver contacto visual.
- O total de procedimentos não deve ultrapassar os cinco minutos.



- Ao entregar o cartão ou a chave, dizer: "desejamos uma boa estadia e estamos ao dispor para ajudá-lo.
- Fazer o serviço com amabilidade e simpatia, mas sem familiaridade ou formalidade.

Nunca se deve acomodar um hóspede antes de ter procedido ao seu registo.

O registo deve ser preenchido pelo hóspede, fornecendo os seguintes dados:

- Nome completo;
- Nacionalidade;
- Data de nascimento;
- Estado civil;
- Profissão;
- Endereço e telefone;
- Tipo e número do documento de identidade;
- Data do check-in;
- Forma de pagamento.

Atribuição de quartos

Os quartos não são reservados por número, mas por tipo e categoria, de modo a que a sua designação é feita no check-in ou no dia em andamento às entradas previstas mediante reservas.

Quando se começa a fazer a atribuição dos quartos, consideram-se sempre em primeiro lugar os pedidos especiais que constem no "rooming-list", como VIP's, quartos comunicantes ou adjacentes ou outros pedidos especiais, que o hotel se tenha comprometido a satisfazer.

No caso de se tratar de grupos que se repetem consecutivamente, é aconselhável o uso dos mesmos quartos, para simplificar tanto o processo de atribuição de quartos, como o trabalho do serviço de andares.



A atribuição de quartos leva também sempre em consideração que os grupos devem ser alojados com os quartos o mais junto possível, para facilitar o trabalho de todos os departamentos, como por exemplo os Andares, Room-service, etc., assim como da Portaria na distribuição e/ou recolha das bagagens.

Acompanhamento ao quarto

Uma vez cumpridos todos os procedimentos, apenas falta acompanhar o hóspede ao quarto designado.

Essa tarefa deve ser realizada pelo pessoal uniformizado do hotel (mandaretas ou bagageiros); na ausência destes, deve ser feita pelo rececionista.

Durante o acompanhamento ao quarto designado, deve-se ajudar o hóspede com a bagagem, indicando o caminho desde a receção até ao quarto.

Ao chegar, e uma vez comprovado que o quarto se encontra nas devidas condições, dá-se o lugar ao hóspede e mostra-se as comodidades e equipamentos.

Deve ainda informar-se o hóspede sobre todos os serviços oferecidos pelo hotel e, como último passo, entregar a chave do quarto e desejar uma feliz estadia.

Manutenção de contas

Uma vez concluído o processo de check-in, o hóspede pode utilizar todos os serviços que o hotel oferece. Para a contabilização dos gastos resultantes dos serviços, são preenchidos (independentemente do sistema ser manual ou informatizado) vales de consumo, cujos gastos são debitados nas respetivas contas.

Os vales de consumo são comprovantes internos, e o seu valor é somado ao da hospedagem. Dependem dos serviços que são oferecidos e do seu custo.

Tipos de contas:



- De minibar;
- De chamadas telefónicas;
- De restaurante;
- De room-service;
- De lavandaria.

Troca de quartos

O cliente deve ser aconselhado a contactar a receção sempre que desejar alterar a data de saída. Isto é muito útil, pois a situação da ocupação muda às vezes muito rapidamente e um cliente que se espera que saia em determinada data vem, no último minuto, dizer que afinal não sai. Isto cria problemas a outro cliente que tem a reserva confirmada.

Em caso de overbooking, a receção deve, na véspera, contactar todos os clientes com saída prevista ou sem data de saída prevista, confirmando se pretendem ou não alargar a sua estadia no hotel.

Por vezes o hóspede pode querer mudar de quarto a meio da sua estadia. O hotel deve, sempre que possível, concordar pois os desejos do hóspede estão em primeiro lugar. No entanto estas mudanças têm um impacto importante nos registos e devem ser devidamente anotadas.

Quando o cliente muda de quarto, por qualquer razão, a ordem vem da receção. A receção avisa a portaria que manda o bagageiro proceder à mudança da bagagem de um quarto para o outro.

O bagageiro sobe ao quarto levando a chave do novo quarto, bate à porta e identifica-se, antes de levar toda a bagagem certifica-se que o hóspede não deixa nada, segue com as bagagens para o novo quarto e por fim passa na receção e avisa o rececionista que a mudança foi feita entregando a chave do quarto anterior.

É importante referir que não se fazem mudanças sem a presença ou autorização do cliente.



As mudanças resultam automaticamente com a inserção de um novo número de quarto e todas as informações anexadas ao quarto anterior são automaticamente transferidas para o novo número de quarto.



4.2.Key pass

O Key-pass, cartão de hóspede ou cartão de boas-vindas, é um documento entregue ao hóspede durante o processo de check-in, no qual consta, obrigatoriamente:

- O nome do cliente
- O número do quarto
- Número de pessoas que o ocupam
- Modalidade de hospedagem
- Preço diário
- Datas de entrada e saída
- O seguinte texto em pelo menos duas línguas: Este cartão servirá para identificação junto dos serviços do hotel que poderão exigir a sua apresentação. Deve conservar este cartão para o utilizar em caso de reclamação perante os Serviços Oficiais de Turismo.

Podem ainda incluir-se outras informações que se deseje destacar, tais como: o horário do check-out, do serviço de pequeno-almoço, bem como um pequeno mapa com a localização do hotel.

Este cartão tem uma série de utilidades, das quais se destacam:

- Permite ao hóspede apresentar-se nos diferentes pontos de venda no hotel, por exemplo: para obter crédito no restaurante, bar, etc. Deverá apresentá-lo.
- Permite ao hóspede localizar-se na região próxima do hotel.
- Em determinadas circunstâncias, como roubo ou acidente que o hóspede possa sofrer fora do hotel, permite às autoridades saber onde se encontra registado.

Muitos estabelecimentos entregam, junto com o key-pass, determinados vales de consumo, como o brinde de boas-vindas, com o qual se convida o hóspede a degustar um cocktail ou outra bebida no bar do hotel.



4.3.Fichas de cliente

Depois dos hóspedes terem ocupado os quartos designados, deve-se realiza uma série de tarefas administrativas básicas, como sendo completar a ficha de registo.

A ficha de registo deve ser completada com os seguintes dados:

- Quarto ocupado;
- Tarifa e plano de hospedagem;
- Desconto (se houver);
- Diferenciação de maiores e menores;
- Saída prevista;
- Dados referentes à entrada (dia, mês, ano, hora);
- Número habitual de cliente (caso o seja);
- Pessoa ou intermediário que realizou a reserva;
- De quem se devem cobrar os serviços oferecidos;
- Que serviços devem ser cobrados;
- Todas as observações consideradas importantes.

Todos esses dados serão de grande utilidade para esclarecer qualquer dúvida gerada durante a estadia.

Registrar os dados no computador e / ou livro de receção

Nos hotéis com sistemas informatizados, deve-se proceder á entrada de todos os dados, já que sem eles o “software” correspondente não poderia funcionar.

O registo dos dados e a correspondente abertura de contas devem ser feitos o mais rapidamente possível para que todo o hotel, mediante a rede informatizada, tenha acesso aos dados, para o seu processamento e fornecimento de serviços.



Em quase todos os hotéis se utiliza um livro de receção, no qual são registadas, dia a dia, a entrada e saída e, além disso, uma série de dados fundamentais que funcionam como rescaldo para qualquer sistema de informação.



Registo de Cliente

Nome/Name	Preço/Price	Partida/Departu	Adultos/crianç	Conta	Cat	Quarto	Rubric
		re	as	nº		/Room	a
Morada/Address	Status da	Chegada/Arrival					
	Reserva						
Empresa/Company	Modo de Pagamento/Method of						
	Payment						

PF. Preencher com letras maiúsculas/Please print in block letters

Nome/Name_____

Morada /full address _____

Código Postal – cidade/Zip code/city _____

BI/Passaporte nº/ID Passport nº _____

Validade/expiry date_____

Data de nascimento/Birthday date _____

Local/Place _____

Nacionalidade/Nationality _____

Empresa/Company_____

Modo de Pagamento/Method of Payment

☐☐☐☐☐

Cartão de
credito/credit card

Assinatura/signature

Pode-se aceder a esta opção pelos seguintes caminhos:

2. Pressionar a tecla F8



4. Desde o menu de consulta de reservas, premindo o botão da tecla Verde que se encontra na parte superior direita:

Consulta de Reservas (120 Reservas 166-4-1)

Gerais Filtros-1 Filtros-2 Filtros-3 OverBooking

Reserva: / <Estado> <Tipo> <Tipo Tabela> <País> <Atenções>

Chegada: Igual a 10-02-2007 <Tarifa> <Package> <Allotment>

Saida: Igual a . . . <Pensão> Grupo ?

☐ Ocupação por Período . . . Entidade ?

☒ Contas Abertas ☒ Em Overbooking ☒ Excluir Canceladas ☒ Excluir No-Shows ☐ Saldos Total 0.00

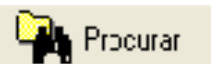
On Line ☐ Nº Aloj. <Bloco> Nº Cartão Nome Voucher

Reserva	Hóspede	País	Chegada	Partida	Nº Aloj.	Tipo	Tipo A.C.I.	MP	Estado	Entidade	Tarifa	Voucher
21059/2006			10/02 - 12/00	04/01 - 12/00		TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	EXPEDIA TRAVEL	CTO	??????
21060/2006			10/02 - 12/00	04/01 - 12/00		TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	EXPEDIA TRAVEL	CTO	??????
21061/2006			10/02 - 12/00	04/01 - 12/00		TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	EXPEDIA TRAVEL	CTO	??????
21062/2006			10/02 - 12/00	04/01 - 12/00		TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	EXPEDIA TRAVEL	CTO	??????
21063/2006			10/02 - 12/00	04/01 - 12/00		TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	EXPEDIA TRAVEL	CTO	??????
21064/2006			10/02 - 12/00	04/01 - 12/00		TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	EXPEDIA TRAVEL	CTO	??????
21065/2006			10/02 - 12/00	04/01 - 12/00		TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	EXPEDIA TRAVEL	CTO	??????
21066/2006			10/02 - 12/00	04/01 - 12/00		TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	EXPEDIA TRAVEL	CTO	??????
21067/2006			10/02 - 12/00	04/01 - 12/00		TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	EXPEDIA TRAVEL	CTO	??????
21068/2006			10/02 - 12/00	04/01 - 12/00		TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	EXPEDIA TRAVEL	CTO	??????
38237/2006	DOMINGUEZ,MIGUEL	POR	10/02 - 12/00	18/02 - 12/00		TVM	TVM 2 0 0	BB	Reserva	TRANSHOTEL	70.50 EUR	BB AC
5409/2007	MENEZES,MARLENE	ESP	10/02 - 12/09	12/02 - 12/00	0819	CVM	CVM 1 0 0	BB	Check-In	HALCON VIAGENS	62.25 EUR	TALONA
5537/2007	AUTOVALENTE ,	ZZZ	10/02 - 12/00	11/02 - 12/00		CVC	CVC 2 1 0	BB	Reserva		112.50 EUR	PG D
5579/2007	HERNANDEZ,MARTA	ESP	10/02 - 12/00	12/02 - 12/00		CVC	CVC 1 0 0	BB	Reserva		107.00 EUR	BB N I
6001/2007	POPOV,NIKOLAY	ZZZ	10/02 - 12/00	18/02 - 12/00		CVC	CVC 1 0 0	BB	Reserva	TRYP ORIENTE	92.00 EUR	PG D
6002/2007	POPOVA,NATALIA	ZZZ	10/02 - 12/00	18/02 - 13/00		CVC	CVC 1 0 0	BB	Reserva	TRYP ORIENTE	92.00 EUR	PG D
6539/2007	RIBEIRO,CUSTODIO	ANG	10/02 - 12/00	16/02 - 13/00	0508	TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00 EUR	BB EMP
6540/2007	CHIHAMI,JOAO BAPTISTA	ANG	10/02 - 12/00	16/02 - 13/00	0510	TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	50.00 EUR	BB EMP
6547/2007	HENRIQUES DOMINGUES	ANG	10/02 - 12/00	14/02 - 13/00	0402	TVC	TVC 2 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00 EUR	BB EMP
6548/2007	SIMAO,MANUEL COIMBRA	ANG	10/02 - 12/00	14/02 - 13/00	0404	TVC	CVC 2 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00 EUR	BB EMP
6549/2007	PEDRO SIMAO	ANG	10/02 - 12/00	14/02 - 13/00	0406	TVC	CVC 2 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00 EUR	BB EMP
6553/2007	CRISTOVAO,JISABEL F. T.	ANG	10/02 - 12/00	14/02 - 13/00	0314	TVC	CMC 1 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00 EUR	BB EMP
6554/2007	SILVA,MARIA HELENA DA	ANG	10/02 - 12/00	14/02 - 13/00	0312	TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00 EUR	BB EMP
6557/2007	SANTOS,MARIA DA CONCEI	RSA	10/02 - 12/00	14/02 - 13/00	0614	TVC	CMC 1 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00 EUR	BB EMP
6558/2007	PIRES,MICHELE GOMES	BRA	10/02 - 12/00	14/02 - 13/00	0802	TVC	TVC 2 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00 EUR	BB EMP
6606/2007	VARELA,ZAURA SILVA	STP	10/02 - 12/00	14/02 - 13/00	1102	TVC	TVC 2 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00 EUR	BB EMP
6619/2007	GOMES,DOMINGOS P. BRAC	STP	10/02 - 12/00	14/02 - 13/00	1408	TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00 EUR	BB EMP
6620/2007	CEITA,EDUARDO AGUIAR	STP	10/02 - 12/00	14/02 - 13/00	1410	TVC	TVC 1 0 0	BB	Reserva	MUNDIVENTOS LDA	54.00	

Procedimentos:

1. Selecionar na janela a reserva a qual queremos fazer o Check In.

1.1. Especifique os dados que conhece da reserva e prima o botão



1.2. Se não especifica nenhuma condição o resultado da procura é todas as reservas com Entrada = Hoje pendentes de Check-In.

1.3. A reserva deve ter um alojamento atribuído. Para atribuir um alojamento pressione o



2. Pressionar o botão



onde é possível visualizar a seguinte janela com dados gerais da reserva.

Confirmação de Check-In

Reserva	6539	2007	10-02-2007	-	16-02-2007	
Nº Aloj.	0508	TVC	P/ Verificação	?	<input type="checkbox"/> Pré-CheckIn	
Tipo	Entidade	Estado	Reserva			
Origens de Mercado	EMPRESA	Grupo	SISAB2007			
Segmento	FEIRAS E CONGR	Nac.	ANG	?		
Entidade	MUNDIVENTOS LDA	Allotment				
Operador	C CORP BX	Voucher	BB EMP GRP			
Pensão	BB	Ad	1	Cr	0	Diária Estancia
		Beb	0	Tarifa Diária		
		Tarifa Package				10-02-2007
Master		Extra 2		Extra 4		50.00 EUR
Extra 1		Extra 3		Extra 5		
Total						
Hóspedes	Nacionalidade	Dt. Nasc.				
CUSTODIO RIBEIRO	ANGOLA					
Obs.						

Ficha de Cardex

Inserir Cardex

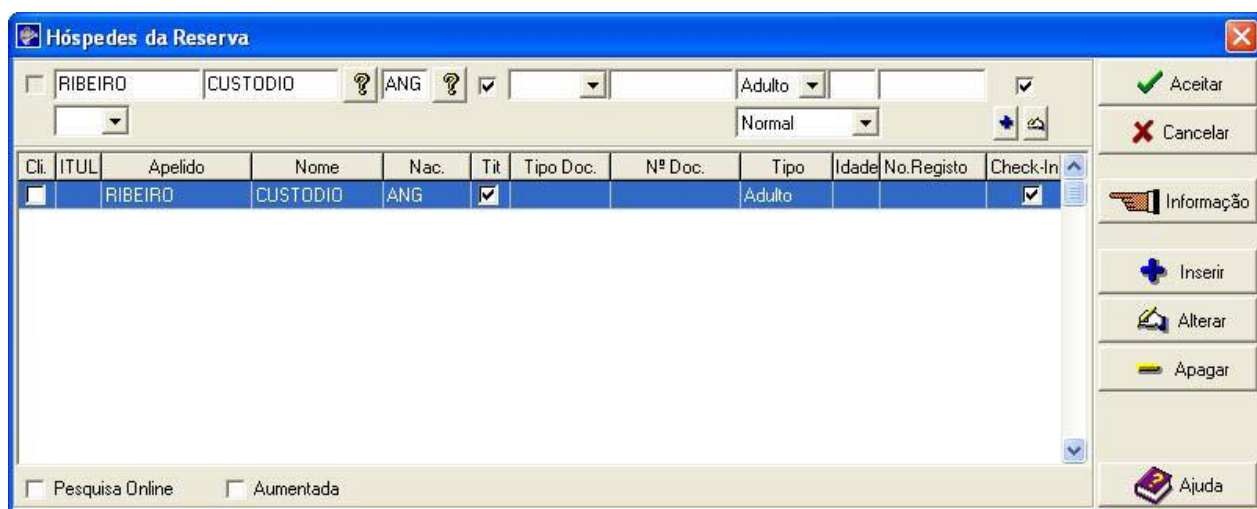
Registo de Hóspedes

Ajuda

Prima o botão



4. Na janela que aparece a seguir deve especificar o Apelido, Nome, Nacionalidade, Tipo e Número de Documento dos hóspedes da reserva, e além disso é necessário definir quem é o Titular da Conta.

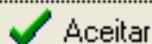


Cli.	ITUL	Apelido	Nome	Nac.	Tit	Tipo Doc.	N° Doc.	Tipo	Idade	No.Registo	Check-In
		RIBEIRO	CUSTODIO	ANG	<input checked="" type="checkbox"/>			Adulto			<input checked="" type="checkbox"/>

O sistema assume que se fará o Check-In a todas as pessoas definidas na reserva pelo que aparece sempre ativo o check box Check-In. Se alguém vai entrar mais tarde ou num dia diferente desativa-se este check box.

4.2. No exemplo anterior será feito o Check – In a um pax.

5. Pressionar o botão





5. Formas de pagamento





5.1.Cartão de crédito

Os rececionistas devem preocupar-se em esclarecer, no momento do check-in, qual o método de pagamento que os clientes se propõem utilizar para pagar a sua conta, à saída do hotel.

Ou, um outro procedimento a adotar é entregar uma ficha de registo para o cliente preencher onde conste o modo de pagamento a efetuar.

O pessoal da receção deve estar perfeitamente familiarizado com as diferentes formas de pagamento usadas pelos clientes na liquidação das respetivas contas.

Atualmente, o cartão de crédito é o modo de pagamento mais utilizado. Apesar deste sistema não oferecer grandes riscos para o hotel, a aceitação de cartões de crédito para pagamento da estadia deverá ser objeto de determinados cuidados:

- Perguntar delicadamente ao hóspede de que cartões é titular;
- Verificar se o cartão está dentro do prazo de validade;
- Verificar se o cartão não está na lista negra da sua emissora (devem manter-se estas listas sempre atualizadas);
- Anotar o número de autorização e nome da pessoa que autoriza;
- Preencher o impresso e verificar coincidência de valores;
- Verificar se a data do cartão é a mesma do dia da cobrança e se a assinatura confere com a do cartão;
- Ao passar o cartão na máquina, verificar se esta é própria do cartão;
- Não esquecer o cartão na máquina;
- O valor do impresso deve ser igual ao da conta liquidada (não é permitido incluir valores de gratificação, numerário, etc.);
- O valor recebido deve ser considerado como numerário e deve ser incluído no boletim de caixa como "cartão de crédito".



O cumprimento deste procedimento evitará que os cartões sejam devolvidos e a responsabilização do funcionário pelo prejuízo que a falha trazer à empresa.





5.2.Voucher

Este tipo de pagamento é frequente e são usados como garantia de pagamento total ou parcial das faturas de hospedagem. Em certos casos representam apenas um depósito, devendo a diferença ser cobrada diretamente ao cliente.

Visto que se trata de uma forma corrente de pagamento, o rececionista deve estar suficientemente informado com os diversos procedimentos a tomar, a fim de evitar situações equívocas.

Não existe nenhuma norma sobre o formato do *voucher*. Cada Agência elege o modelo que crê que lhe é conveniente, havendo empresas que utilizam diferentes tipos de *vouchers* segundo os serviços.

Em geral, todos os *vouchers* possuem um original e várias cópias:

- O original – entrega-se ao cliente para que este o entregue ao fornecedor de serviços;
- A 1ª cópia – envia-se ao fornecedor como confirmação da reserva;
- A 2ª cópia – para arquivar com o processo;
- A 3ª cópia – entrega-se ao cliente como comprovativo da reserva.

Dados que devem constar no *voucher*

- 1) Nome da agência, morada, telefone, fax e código postal;
- 2) Nome, morada e telefone do fornecedor de serviços;
- 3) Número de expediente e referência de reserva;
- 4) Logótipo da agência;
- 5) Nome e apelido do cliente (se for um voucher por exemplo para um hotel cá em Portugal, basta o nome e apelido do titular da reserva) e número de pessoas abrangidas pelo voucher;



- 6) Detalhe dos serviços contratados
- 7) Selo da agência e assinatura do agente que emite o voucher;
- 8) Nome da pessoa e entidade que nos confirmam a reserva;
- 9) Responsável pelo pagamento dos serviços ao fornecedor.

Os vouchers são documento válido para o pagamento de diárias, desde que autorizadas pela direção geral ou de crédito. Nos hotéis informatizados, esta informação é obtida no computador.

Atendendo a que o portador do voucher é sempre o usuário dos serviços, a decisão de aceitação ou não do voucher tem de ser anterior à chegada deste ao hotel.

Logo que a agência faz a reserva e indica a forma de pagamento deve imediatamente ser informada se o seu voucher vai ou não ser aceite.

Deve ser levado à atenção dos rececionistas o facto de que nem todos os vouchers de agências de viagem pressupõem responsabilidade desta em relação aos serviços oferecidos.

Em certos casos, eles cobram apenas uma parte dos serviços prestados, devendo o restante ser cobrado aos clientes.

Deve haver o maior cuidado na leitura dos vouchers, para evitar erros ou cobranças por valores menores do que os reais e que depois são dificilmente reembolsáveis.

Os vouchers mais correntes são:

- Voucher de apresentação
- Voucher depósito
- Voucher de serviços especificados
- Voucher de full-credit

Voucher de apresentação

Sem valor de cobrança. Serve apenas para apresentar o cliente e lembrar ao hoteleiro que o agente deve receber uma comissão sobre a reserva (fazer o talão da comissão e agrafar-lhe o voucher).

Voucher depósito

Normalmente o voucher depósito cobre a primeira noite e serve de garantia desta para o hoteleiro, em caso de no-show (o agente paga este valor, deduzido da sua comissão).

Quando uma agência envia ao hotel um voucher-depósito para cobertura de serviços a prestar ao cliente, essa importância só é paga ao hotel contra a entrega do voucher. A conta equivalente ao depósito terá de ser enviada acompanhada daquele elemento para contas a receber, sem o que não poderá ser cobrada à agência.

Como se movimenta um voucher-depósito

Quando um cliente se apresenta como portador de um voucher depósito, abrir uma fatura, para nela debitar todos os serviços é preciso que o cliente usufrua, mesmo que o voucher não o indique. Quando é pedida a conta, deve-se fechá-la como qualquer outra e descontar a importância do depósito. O remanescente será pago pelo cliente.

Para movimentar a importância recebida, há que lançar em caixa a importância que o cliente pagou. A fatura ficará com um saldo residual que deverá ser igual ao valor do voucher depósito. O original, com um duplicado da fatura, será enviado para as contas a receber. O outro duplicado junta-se aos documentos de caixa, para apoiar o recebimento havido relativamente a esta fatura.

Voucher de serviços especificados

Voucher que cobre apenas os serviços nele descritos (tudo o que o cliente tiver para além desses serviços deve ser lançado na conta de extras).

Voucher de full-credit



A agência paga tudo o que o cliente consumir sem limite de valor, desde que este assine os documentos.

LOGO EMPRESA Nome Empresa		VOUCHER: 00005544 02/03/2009
TO: HOLIDAY IN ADDRESS: 3501 31TH AVENUE CITY: BOSTON		TEL: 555555555555 COUNTRY: UNITED STATES
Please provide accomodation for our client: DA SILVA/JOÃO MR		
ADULT(S):01		TYPE OF ROOM: 01 SGL
CHECK IN: 10/OUT/2009 10:00		NIGHT(S): 3
CHECK OUT: 13/OUT/2009 10:00		
CONFIRMATON NUMBER: PPPOOOO		
EMPRESA TURISMO LTDA - Rua teste 1000- Centro - Belo Horizonte - MG - CEP:30000-041 - BRAZIL Tel: +55-31-000-0000- Fax: +55-31-0000-0000- www.empresa.com.br - empresa@empresa.com.br		
<div>EMBRATUR</div> <div></div> <div></div> <div></div>		

5.3.Traveller cheque

Embora este método de pagamento seja, atualmente, pouco utilizado, alguns clientes recorrem ao uso deste tipo de pagamento para liquidar as suas contas.

Os traveller checks devem ser aceites como se de moeda estrangeira se tratasse, ao câmbio do dia, mas tendo o cuidado de identificar o portador e a sua assinatura no documento de viagem (passaporte ou outro).

Ao portador exige-se que assine o traveller`s cheques, no espaço a esse fim e solicita-se o nome do cliente, nº do bilhete de identidade ou passaporte, local e data de emissão, assim como outros dados que considere importantes.



5.4. Moeda estrangeira

Este tipo de pagamento resulta de países que não estão integrados na Comunidade Europeia, ou que pertencendo a esta não aderiram à moeda única.

Neste caso o rececionista terá que consultar a tabela de câmbios aplicável, a fim de efetuar o cálculo da conversão das respetivas divisas.



6. Informação sobre os serviços ou eventos prestados pelo estabelecimento



O hotel pode ser definido como um estabelecimento de carácter público, destinado a fornecer uma série de serviços aos turistas e à comunidade onde se insere:

- Alojamento;
- Alimentos e bebidas;
- Lazer;
- Negócios.

Seja qual for o tipo ou tamanho do hotel, todos têm o mesmo produto para venda: hospitalidade, que consiste numa receção cordial, calorosa e franca aos clientes que o procuram. A hospitalidade é transversal e deve estar não apenas na receção mas também na bandeja da receção, no buffet do restaurante, no bar ou numa sala de eventos.

Ainda que o alojamento seja o principal produto do hotel, este oferece uma panóplia de produtos e serviços que, por um lado, complementam a experiência do alojamento e que, por outro, permitem alicerçar a sua relação com o exterior, designadamente com a comunidade local, com o tecido empresarial e com as entidades turísticas oficiais.

Desta forma, os funcionários do hotel devem conhecer detalhadamente todos os serviços, não apenas para proporcionar informações quando são solicitadas, como também para oferecê-los como vendedores de serviços, pois quanto mais diferenciados e inovadores forem os serviços prestados, maior a probabilidade de inovar perante a concorrência, garantindo novos clientes e fidelizando os habituais.

Durante a sua estadia no hotel, o cliente depende da receção para concretizar os seus contactos ou planear as suas deslocações.

Facilitar a concretização destas necessidades é uma das responsabilidades da receção, pelo que o cliente nestas condições deve ser tratado com compreensão e toda a ajuda deve ser-lhe prestada, bem como as informações de que necessite, mesmo que não constem das rotinas do hotel.

Neste sentido, a receção deve estar munida do maior número de informações possível para prestar aos clientes, desde o custo do envio de uma carta para o estrangeiro, até a melhor



forma de contratar um alfaiate particular, passando por horários de missas dos diversos credos religiosos e localização das respetivas igrejas.

Tanto os rececionistas como os mandaretes e telefonistas devem estar preparados para fornecer aos hóspedes o maior número possível de informações, tanto sobre o hotel e seus serviços como sobre a cidade.

Fazer isto com simpatia e boa vontade, evitando dizer “não sei” por desconhecimento ou comodidade. Devem também evitar a todo o custo informar erradamente o cliente.

Sempre que as informações estiverem fora do seu alcance, devem acompanhar (ou fazer acompanhar) o cliente à pessoa ou sector próprio, para que a informação seja fornecida.

Informação sobre os serviços do hotel

Todos os rececionistas devem conhecer plenamente o hotel e suas facilidades.

Os quartos

É necessário conhecer todas as categorias de quartos, suas localizações distintas, o tamanho de suas camas, etc. e as tarifas de cada um deles.

Isso permitirá entender o gosto do hóspede para oferecer-lhe o quarto que considere mais adequado se chegar sem reserva, ou adaptar a sua solicitação original se contar com a reserva.

Todos os serviços do hotel

Conhecer todos os serviços do hotel é fundamental, não apenas para proporcionar informações quando são solicitadas, como também para oferecê-los como vendedores de serviços.

Deve-se recomendar aos hóspedes tudo que o hotel oferece em:



- Alimentos e bebidas – Restaurantes, bares, pubs, etc., com os seus horários, tipo de serviços oferecidos e sua adaptação às perguntas e solicitações dos hóspedes.
- Lazer – Desporto, jogos, casino, ginásio, cinema e todas as atividades que o hotel ofereça nesse sector.
- Eventos e banquetes – Ainda que dependa do departamento de alimentos e bebidas, devem ser controlados todas as informações relacionadas com a organização de qualquer evento (congressos, seminários, etc.) que possam acontecer no hotel.



Bibliografia

Marques, J. Albano, *Manual de Hotelaria – Políticas e procedimentos*, Livraria Civilização Editora, 2003

Marques, J. Albano, *Introdução à hotelaria*, Livraria Civilização Editora, 2006

Mata, Américo, *Front Office, Operação e Gestão*, Prefácio – Edição de livros e revistas, 2003

Pérez, Luís di Muro, *Manual Prático de Receção Hoteleira*, Edições Cetop