

MANUAL DO ALUNO

# DISCIPLINA OPERAÇÕES E TÉCNICAS DE RECEÇÃO

Módulos 6 e 7

República Democrática de Timor-Leste  
Ministério da Educação



## FICHA TÉCNICA

### TÍTULO

MANUAL DO ALUNO - DISCIPLINA DE OPERAÇÕES E TÉCNICAS DE RECEÇÃO  
Módulos 6 e 7

### AUTOR

ALBINO FERREIRA

COLABORAÇÃO DAS EQUIPAS TÉCNICAS TIMORENSES DA DISCIPLINA

### COLABORAÇÃO TÉCNICA NA REVISÃO



### DESIGN E PAGINAÇÃO

UNDESIGN - JOAO PAULO VILHENA  
EVOLUA.PT

### IMPRESSÃO E ACABAMENTO

Serviço do Centro de Impressão do Ministério da Educação

### ISBN

978 - 989 - 753 - 048 - 7

### TIRAGEM

240 EXEMPLARES

### COORDENAÇÃO GERAL DO PROJETO

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO DE TIMOR-LESTE  
2013



## Índice

<b>Operações Técnicas de Recepção I .....</b>	<b>7</b>
Apresentação.....	8
Objetivos da aprendizagem .....	8
Âmbito dos conteúdos.....	9
<b>1. Conceitos Básicos .....</b>	<b>10</b>
1.1. Reserva .....	10
Atividade n.º 11 .....	17
1.2. Allotment.....	20
1.3. Release .....	20
1.4. Falta de comparência.....	20
1.5. Walk-In.....	20
1.6. Overbooking (vantagens e desvantagens) .....	21
6. Codificação e descodificação de reservas.....	22
7. Plano de reservas.....	23
7.1. Registo de Reservas no Plano .....	25
7.2. Interpretação do Plano .....	26
7.3. Correspondência de confirmação de reserva .....	26
7.4. Rooming – List .....	29
7.5. Fatura Pró-Forma.....	30
7.6. Índex .....	30
8. Centrais de Reservas.....	31
9. Arquivo de Reservas .....	31
<b>Bibliografia .....</b>	<b>33</b>
<b>Operações Técnicas de Serviços de Recepção II .....</b>	<b>35</b>
Apresentação.....	36
Objetivos da aprendizagem .....	36
Âmbito dos conteúdos.....	37
<b>1. Operações realizadas durante a estada do hóspede .....</b>	<b>38</b>
1.1. Informações diversas .....	38
1.2. Mensagens e correspondências .....	38



1.3. Manutenção de contas .....	39
1.4. Troca de quartos .....	40
1.5. Guarda de valores.....	42
1.6. Situações especiais .....	44
Atividade n.º 12 .....	45
<b>2. Check – in .....</b>	<b>46</b>
2.1. Tarifas e descontos .....	46
2.2. Registo de hóspedes.....	46
2.3. Formas de pagamento e garantias de estada .....	47
Numerário nacional .....	47
Numerário estrangeiro .....	47
Cheques pessoais .....	47
Traveller’s cheques ou cheques de viagem .....	48
Pagamento com traveller’s cheques.....	48
Eurocheques.....	49
“Vouchers” .....	50
Voucher de estadia .....	51
Voucher de depósito .....	51
Voucher de crédito ilimitado ou Full Crédit.....	51
Voucher de recomendação.....	52
Voucher “à la carte” .....	52
Cartões de crédito .....	52
2.4. Procedimentos administrativos durante o Check-in .....	54
2.5. Situações especiais durante o Check-in .....	54
2.6. Comunicação e coordenação com outros serviços do hotel .....	55
Atividade n.º 13 .....	57
<b>3. Check – out.....</b>	<b>58</b>
3.1. Controlo de chaves .....	58
3.2. Gastos de última hora.....	59
3.3. Apresentação e cobrança de contas .....	59
3.4. Comentários de última hora e agradecimentos .....	59
3.5. Situações especiais no Check-out .....	60



3.6. Comunicação e coordenação com outros serviços do hotel .....	60
Atividade n.º 14 .....	66
<b>4. Reclamações.....</b>	<b>67</b>
4.1. Atitudes a adotar em caso de reclamação.....	67
4.2. Cuidados a ter com o Livro de Reclamações.....	70
Atividade n.º 15 .....	72
<b>Bibliografia.....</b>	<b>73</b>







# Operações Técnicas de Receção I

Módulo 6

Carga horária do módulo
-------------------------

40h
-----

### Apresentação

A primeira abordagem do cliente a uma determinada unidade hoteleira é muitas vezes efetuada a fim de bloquear um determinado tipo de quarto e serviço para posterior utilização em data definida, a reserva.

Neste módulo pretende-se efetuar uma abordagem específica, não só às diversas formas de efetuar uma reserva, como ainda das diversas fases pelas quais passa todo o processo de aceitação até à conclusão do processo.



Nos nossos dias a marcação de uma reserva é uma tarefa muito facilitada, na medida em que os meios ao dispor do cliente são múltiplos e diferenciados, nomeadamente com a cada vez maior utilização da Internet e das centrais de reservas on-line.

Após a aceitação da reserva, é necessário desenvolver um conjunto de tarefas de forma a torná-la efetiva, tais como a sua introdução no nosso plano, quer seja manual ou informático. Nesta fase das reservas é importante salientar que existem dois tipos de clientes que exigem metodologias diferenciadas: clientes individuais e grupos.

### Objetivos da aprendizagem

- Definir os conceitos básicos inerentes às reservas;
- Apresentar e definir a documentação necessária à marcação de uma reserva;
- Definir os meios de marcação de uma reserva;
- Efetuar inscrição das reservas no plano;
- Elaborar de forma adequada o plano de reservas;
- Elaborar a correspondência de confirmação de uma reserva;
- Elaborar e interpretar uma rooming-list de grupo;
- Efetuar o cálculo de uma fatura pró-forma para um grupo previamente definido;
- Efetuar uma diferenciação clara entre os procedimentos a adotar para o cliente individual e cliente grupo.





## Âmbito dos conteúdos

1. Conceitos Básicos;
  - 1.1. Reserva;
  - 1.2. Allotment;
  - 1.3. Release;
  - 1.4. Falta de comparência;
  - 1.5. Walk-In;
  - 1.6. Overbooking (vantagens e desvantagens);
2. Agentes de reserva;
3. Meios de reservas;
4. Circuito e metodologia da tomada de reserva;
5. Formulários de reservas;
6. Codificação e descodificação de reservas;
7. Plano de reservas:
  - 7.1. Registo de Reservas no Plano;
  - 7.2. Interpretação do Plano;
  - 7.3. Correspondência de confirmação de reserva;
  - 7.4. Rooming – List;
  - 7.5. Fatura Pró- Forma;
  - 7.6. Índex;
8. Centrais de Reservas;
9. Arquivo de Reservas.



# 1. Conceitos Básicos

## 1.1. Reserva

Reserva é o início de um processo de hospedagem, por isso o departamento de reservas é um dos principais responsáveis pela ocupação de quartos do hotel. Em hotéis de menor porte, as reservas podem ser feitas diretamente com o rececionista, em hotéis de maior porte também pode existir uma central de reservas, pertencente a um sistema de redes ou cadeias de hotéis.

A função do rececionista de hotel é garantir um bom nível de vendas dos serviços oferecidos pelo hotel. Para isso, deve conhecer profundamente a política do hotel, o que ele oferece de especial ou como diferencial, o detalhe dos serviços, os tipos de quartos e as suas características, as tarifas aplicáveis, bem como descontos e cortesias, os sistemas de pagamento utilizados, as opções de lazer e demais informações importantes sobre o seu funcionamento, bem como do meio onde o hotel está inserido. Os meios utilizados para fazer reservas são: telefone; email, fax; internet, correio; algum representante do hotel, por exemplo, agências de viagem; de hotel para hotel.

Como é o primeiro profissional com o qual o cliente tem contacto, a atuação do encarregado das reservas representa toda a empresa. Ele deve estar apto a responder a perguntas, esclarecer, sugerir e informar de maneira clara e precisa.

O processo de reserva **envolve seis etapas:**

- solicitação da reserva;
- determinação da disponibilidade;
- preenchimento de uma ficha ou digitação da mesma;
- confirmação da reserva do cliente;
- manutenção e controlo de reservas;
- produção de relatório de reservas.



Existe um procedimento padrão para realização de reservas. Deve ter-se domínio das regras e instruções da empresa e manter sempre atualizadas as informações referentes à hospedagem e às tarifas do hotel. Como todo o funcionário da rede hoteleira, o rececionista, deve ser cortês e simpático e transmitir informações precisas e seguras. O procedimento para atendimento por telefone obedece aos seguintes passos:

- atender o telefone no máximo até ao terceiro toque;
- identificar-se dizendo o nome do hotel e do setor,
- dizer o seu nome e cumprimentar o cliente desejando “bom dia”, “boa tarde” ou “boa noite”;
- solicitar a identificação do cliente: nome, apelido, morada, telefone, empresa, agência;
- perguntar se o cliente faz parte de algum grupo ou evento;
- anotar o tipo de quarto desejado e o período de hospedagem;
- verificar a disponibilidade para atender ao pedido;
- perguntar em nome de quem deverá ser feita a reserva;
- confirmar a forma de escrever o nome do cliente, letra por letra se o nome não for perceptível;
- verificar se há um histórico dessa pessoa no sistema de informações do hotel;
- conferir os dados com o cliente, à medida que são passados;
- perguntar quantas pessoas ficarão hospedadas no apartamento (adultos? crianças? bebés?);
- perguntar a previsão de horário de chegada do cliente ao hotel;
- verificar a forma de pagamento;
- perguntar se a reserva é garantida ou não;
- se for, solicitar envio de fax ou e-mail com o termo “garantimos no show”;
- repetir todos os dados da reserva para o cliente;
- agradecer ao cliente pela preferência, tratando-o pelo nome;
- desligar o telefone, somente após o cliente ter desligado.

Existem fichas específicas, contendo todos os dados que devem ser preenchidos e podem ser informatizadas (computador) ou não.



### Reserva individual

Os dados solicitados para reserva individual são:

- apelido e nome do hóspede;
- endereço, fax, telefone e e-mail do hóspede;
- nome de quem solicitou a reserva, ou da empresa, se for o caso;
- telefone, fax e e-mail da pessoa que solicitou a reserva;
- meio utilizado para fazer a reserva;
- data de entrada, de saída e horário de chegada;
- tipo de quarto solicitado;
- quantidade de quartos a serem utilizados;
- número de crianças e de adultos;
- valores e tarifas cobrados;
- forma de pagamento (se for reserva garantida, com cartão de crédito, deve-se solicitar o número do cartão, a data de vencimento e o código do segurança);
- nome do responsável pela reserva e data.

### Reserva para grupo

É preciso conhecer o tipo de grupo e a sua proveniência. Devem comunicar-se ao coordenador as normas do hotel, estabelecer-se um prazo limite para envio da posição final do grupo (deadline), pedir-se ao coordenador que faça uma lista contendo os nomes e apelidos de cada membro e a sua distribuição nos quartos. Deve ser passado ao coordenador o que o hotel oferece ao grupo, como cortesia. Ao fazer a reserva para um grupo, ou seja, um número de quartos igual ou superior a cinco, é preciso tomar um cuidado especial no momento de realizar o registo, pois está envolvido um número maior de unidades e de pessoas. Geralmente, as negociações envolvem mais de um contacto entre o coordenador do grupo e o encarregado do hotel. Também é preciso requisitar a garantia da reserva do grupo através de um depósito antecipado até certa data e providenciar a assinatura de um contrato entre o hotel e o coordenador, do qual constarão todos os itens referentes à hospedagem combinada. Depois de definidos todos os itens, o responsável de reservas deve fazer a informação do Grupo, que se trata de um relatório contendo os tipos de quartos reservados, a distribuição dos hóspedes, as informações sobre a forma de pagamento, o nome do coordenador do



grupo, as refeições a serem servidas, etc. Essa informação deve ser distribuída para todos os setores do hotel envolvidos, como recepção, quartos, room-service, restaurante, telefones, contabilidade, etc. É importante que se combine antecipadamente o check-In do grupo para não congestionar a recepção.

### **Reserva de hóspedes VIP**

Os serviços VIP são autorizados pelo Diretor geral ou pelo Diretor de Alojamento. Trata-se das reservas de hóspedes VIP, ou seja, “very important person”, que são pessoas que atraem a atenção popular, como artistas, políticos de destaque, personalidades internacionais. Esses clientes requerem procedimentos especiais de hospedagem, como a reserva do melhor quarto disponível. O rececionista deve ter especial atenção no horário previsto de chegada do hóspede, para que sejam tomadas as providências necessárias à eficiência de reserva e de serviço.

### **Confirmação de reservas**

A confirmação da reserva é a quarta etapa do processo. Pode ser feita na mesma hora ou mais tarde, antes do final do expediente, dependendo da situação. Geralmente, a confirmação é feita de forma escrita, via fax, e-mail ou carta. Se não for possível fazer a reserva, oferece-se ao cliente uma segunda opção, que pode ser uma reserva no mesmo hotel, noutra data; uma reserva noutra hotel da mesma rede, na mesma cidade; ou em outro hotel que corresponda às necessidades do cliente.

### **Tipos de reserva**

**Reserva garantida:** é paga antecipadamente ou permite a aplicação do “no show”, ou seja, se o hóspede não se apresentar na data marcada, o hotel cobrará o valor correspondente a uma diária. O termo utilizado para esse tipo de situação é “no show”, que significa “não apresentação”. O pagamento antecipado pode ser feito por uma senha ou sinal, que consiste em depósito bancário ou transferência por vale postal; ou por cartão de crédito. Em caso de empresas, a reserva pode ser garantida pela responsabilidade de pagamento através de um documento enviado via fax, carta ou ‘voucher’. Ao fazer uma reserva garantida, é preciso explicar ao cliente que o quarto será reservado até à hora de saída do dia seguinte ao dia fixado para a chegada. E também que o prazo final para cancelar



a reserva é às 18 horas do dia marcado para a chegada (esse limite pode variar de um hotel para o outro). Se o quarto não for cancelado a tempo, será cobrado por ele o valor de uma diária.

Pode ainda ser garantia:

- **Cartões de crédito** - Algumas entidades emissoras de cartões de crédito asseguram o pagamento de débitos correspondentes a faltas de comparência ou anulações efetuadas para além do prazo estabelecido. Deverá o hotel, no momento da reserva, solicitar o número e a validade do cartão de crédito do cliente, bem como assegurar a situação de reserva garantida (por telex, e-mail ou fax). Se a reserva for anulada com a antecedência devida, o cliente deverá ser informado do número que corresponde à anulação. Se por outro lado, se verificar uma anulação tardia ou uma falta de comparência, o hotel enviará o débito respectivo à entidade promotora do cartão de crédito, juntamente com o número do cartão de crédito do cliente.

Para evitar reclamações por parte dos clientes que se encontrem nesta situação, deverá o hotel contactar os mesmos, no sentido de os informar do débito efectuado.

- **Depósitos antecipados** (ou Arrhes) - Neste caso é solicitado ao cliente, no momento da reserva, o envio ao hotel de determinada quantia, correspondente a uma parcela do total que se prevê para a estadia. Em caso de anulação tardia ou de falta de comparência, poderá o hotel ficar com o total do depósito ou optar por devolução de uma parte.

O montante do depósito solicitado varia em função de diversos fatores, como por exemplo a localização do hotel e a duração da estadia.

- **Agências de viagens** - As agências emitem determinado tipo de documentos, designados por vouchers, que funcionam como garantia para o cliente e para o hoteleiro:
  - Para o cliente que é portador dos mesmos, já que nele são mencionadas todas as condições acordadas para a estadia (datas de entrada e saída, serviços a prestar pelo hotel, etc.).
  - Para o hotel que poderá efetuar o débito de um falta de comparência, mediante o envio à agência da fatura e do voucher correspondente



(geralmente só é debitada a primeira noite de cada estadia, procedendo-se à anulação das restantes).

**Reserva condicional:** não há garantia da reserva. O hotel fixa uma hora limite de check-in, que usualmente é até às 18 horas. Se os hóspedes não se apresentarem até esse horário, a reserva não é mais válida.

**Reserva provisória:** não tem nenhuma garantia, pois está sujeita a alterações e cancelamento. Tem uma data limite para a sua confirmação.

### Cancelamento de reserva

Os passos para fazer o cancelamento por telefone são:

- perguntar o nome do hóspede;
- localizar a reserva;
- conferir as informações ;
- perguntar o nome da pessoa que está requisitando o cancelamento;
- fazer o cancelamento;
- emitir um documento que formalize o cancelamento;
- perguntar se o cliente deseja fazer reserva para outra data, verificando a disponibilidade do hotel;
- Se a reserva já havia sido paga, é preciso tratar da devolução do dinheiro.

Também será necessário:

- registar a data e a hora do cancelamento;
- colocar o nome e a assinatura do funcionário do hotel no documento de cancelamento;
- eliminar o registo da reserva no plano de reservas e arquivar a folha de cancelamento.

### Controlo de reservas

O controlo das reservas é necessário para evitar erros como a superlotação ou “overbooking”, ou seja, quando são reservados mais quartos do que aqueles de que o hotel dispõe, para uma mesma data.



Para estabelecimentos de pequeno porte, o livro de reservas é a forma mais tradicional. É uma espécie de agenda, com uma página para cada dia do ano, onde são anotadas as reservas feitas naquele dia. Não oferece muita segurança. Outra forma de fazer o controle é o plano de reservas. Trata-se de um quadro onde são registadas todas as reservas do hotel para o mês correspondente. Nas colunas, são colocados os dias do mês e nas linhas são colocados os números dos quartos ou os tipos ou categorias dos quartos. Com esse quadro, é fácil visualizar a situação de reserva do mês.

Através de um programa de computador, é possível armazenar os dados da reserva, organizá-los e fornecer todas as informações sobre as reservas. O programa emite diversos tipos de relatórios, que permitem o controle eficiente das reservas, como “chart” de reservas, previsão de ocupação, check-in previsto, etc.

Diariamente, o pessoal do setor de reservas deve verificar a taxa de ocupação do hotel; a quantidade de desistências e as suas causas.



Deve conferir o mapa de ocupação dos quartos, o material de trabalho, as datas limite para grupos e as alterações feitas pelos mesmos. Deve imprimir a lista de reservas do dia, a lista de ocupação prevista para cada segmento e enviar a listagem para cada departamento do hotel.





## Atividade n.º 11

1. O processo de reserva envolve seis etapas. Cite-as.

---

---

---

---

2. Cite os passos do atendimento de solicitação de reservas por telefone. \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3. Se não for possível fazer a reserva por algum motivo, oferece-se ao cliente uma segunda opção. Que opções podem ser estas?

---

---

---

---

---

---

4. Quais os passos para se fazer o cancelamento de reservas pelo telefone? \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---



5. Por que é importante fazer o controlo de reservas?

---

---

---

---

---

---

---

---

6. Por favor coloque um V= Verdadeiro ou F = Falso, conforme lhe pareça correto, corrigindo as afirmações falsas:

É preciso conhecer o tipo de grupo e a sua proveniência, comunicar ao coordenador as normas do hotel, sem necessidade de estabelecer um prazo limite para envio da posição final do grupo (deadline). ( )

Ao fazer reserva para um grupo, ou seja, um número de quartos igual ou superior a cinco é preciso tomar um cuidado especial no momento de realizar o registo, pois está a envolver-se um número maior de unidades e de pessoas. ( )

É preciso requisitar a garantia da reserva do grupo através de um depósito antecipado até certa data, mas não há necessidade de se providenciar a assinatura de um contrato entre o hotel e o coordenador. ( )

O rececionista de reservas deve fazer um relatório de informação do grupo, contendo os tipos de quartos reservados, a distribuição dos hóspedes, as informações sobre a forma de pagamento, o nome do coordenador do grupo, as refeições a serem servidas, etc., ficando o relatório apenas em seu próprio poder. ( )

Deve-se combinar antecipadamente para que o check-in do grupo seja feito separadamente, para não congestionar a receção. ( )



7. Relacione as frases seguintes com os tipos de reserva: a) Reserva condicional b) Reserva garantida c) Reserva provisória d) Reserva em lista de espera.

- ( ) é paga antecipadamente ou garante o “no show”. Se o hóspede não se apresentar na data marcada, o hotel cobrará o valor correspondente a uma diária. O termo utilizado para esse tipo de situação é “no show”, que significa “não apresentação”.
- ( ) quando não há disponibilidade na data solicitada, mas existem reservas provisórias e condicionais em número significativo, existindo a possibilidade de surgir vagas.
- ( ) não há garantia da reserva. O hotel fixa uma hora limite de check-in, que usualmente é até às 18 horas. Se os hóspedes não se apresentarem até esse horário, a reserva não é mais válida.
- ( ) não tem nenhuma garantia, pois está sujeita a alterações e cancelamento. Tem uma data limite para a sua confirmação.



### 1.2. Allotment

Regime de venda de espaço, num hotel ou meio de transporte, que consiste em bloquear, a favor de um Agente ou Operador, um determinado número de quartos ou lugares, por um determinado período de tempo e com um prazo de libertação (“release”) pré-fixado. As condições dos contratos de concessão de allotments variam de acordo com os interesses das partes envolvidas.

Normalmente é muito utilizado na negociação com agentes de viagens e operadores quando se negociam pacotes de venda de quartos.

### 1.3. Release

Período de tempo acordado entre o hotel e o Agente de Viagens para libertar o Allotment. Pode variar, por norma, entre as 24 horas e os 21 dias consoante a época.

Exemplo: Quando é feita uma reserva de um grupo, deve ser dada uma data limite, até à qual deve ser confirmado este grupo. Se em Fevereiro é pedida uma reserva de grupo para o mês de Agosto, poderá dar-se um deadline de 90 dias. Assim, este grupo deve ser confirmado até ao final do mês de Maio, caso contrário a sua reserva será considerada nula.

### 1.4. Falta de comparência

Cliente que não aparece no dia previsto de sua chegada ao hotel.

Isto é muito comum acontecer e é o que provoca muito *overbooking* nos hotéis, dado que estes como admitem que há sempre falta de comparência, quando chegam todos, entra-se no tão perigoso *overbooking*.

### 1.5. Walk-In

Cliente que chega ao hotel sem ter feito reserva prévia.

É um cliente muito comum porque há pessoas que viajam em regime de aventura e param onde lhes apetece e só depois procuram o alojamento.



## 1.6. Overbooking (vantagens e desvantagens)

Antes do mais lembrar que “overbooking” é a venda de um número de quartos superior às disponibilidades. Por exemplo: um hotel tem 100 quartos e vende 105. **Como vantagem**, reduz o efeito da falta de comparência, ou seja, como normalmente há clientes que faltam isto é compensado pelos quartos que se vendem a mais.

**Desvantagens:** Elevado risco. Se os clientes aparecem todos para os quartos há cinco que ficam sem quarto. E depois? Trata-se de uma situação extremamente delicada e que deixa uma péssima imagem ao cliente que passa por esta situação.

### 2. Agentes de reserva

- Cliente;
- Agência Viagens;
- Empresas/Instituições;
- Outras.

### 3. Meios de reservas

- Telefone;
- Fax;
- E-mail;
- Carta;
- Presencial;
- Hotel para Hotel.

### 4. Circuito e metodologia da tomada de reserva

O circuito é o seguinte:

- O cliente solicita a reserva para uma determinada data;
- O rececionista confirma se há ou não disponibilidade;
- Rececionista: Se há, solicita ao cliente os dados em nome de quem fica a reserva;
- Rececionista: Na posse dos dados procede à reserva no sistema (manual ou informático);



- Rececionista: Confirma ao cliente a reserva e solicita um contacto telefónico e de e-mail;
- Rececionista: Indica ao cliente que a reserva fica confirmada, mas condicionada até às 18 horas do dia marcado (se a reserva for paga atempadamente esta questão não se coloca);
- Rececionista: Após a informação, pergunta ao cliente se pode ser útil em algo mais;
- Rececionista: aguarda que o cliente se despeça e depois agradece em nome do hotel.

Exemplo de Ficha de reserva:

	Nº Quarto	
	Data Entrada	
	Data Saída	
	Nº Pax	
	Preço contratado	
<b>Ficha de reserva</b>		
Nome do cliente		
Empresa		
Contacto Telefónico e e-mail		
Tipo quarto	Double <input type="checkbox"/> Twin <input type="checkbox"/> Suite <input type="checkbox"/>	
Modalidade de pagamento	À saída <input type="checkbox"/>	
	Enviar à empresa <input type="checkbox"/>	
	Enviar à Agência <input type="checkbox"/>	
Hora confirmação Reserva		
Foi solicitado pagamento p/ conformação reserva	Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Data Limite ___/___/___	
Obs.:		

## 6. Codificação e descodificação de reservas

Codificar e descodificar reservas tem em vista facilitar o trabalho e comunicação entre os diferentes atores que trabalham no setor. Existem códigos internacionais que facilitam



a compreensão de reservas e termos técnicos utilizados. Esta codificação existe ao nível das viagens, do alojamento e igualmente resultante de programas de reservas que são codificados pelo hotel aquando da sua implementação e de acordo com os serviços que praticam e com a gestão a seguir.

## 7. Plano de reservas

### 1. Papel quadriculado

É um dos mais utilizados em hotéis de pequena e média capacidade. É constituído por uma folha de papel quadriculado onde se inscrevem a lápis as reservas, da seguinte maneira:

Verticalmente - Na margem inscrevem-se os números e características dos quartos.

Horizontalmente - No cimo das folhas inscrevem-se os dias do mês. As reservas são feitas a lápis, a fim de poderem ser apagadas facilmente no caso de anulação ou alteração das mesmas.

Vantagens: Económico.  
Facilidade de arquivo.

Inconvenientes: Má apresentação.  
Apaga-se facilmente (por engano).  
Suja-se com facilidade.

Estes inconvenientes poderão ser eliminados utilizando um vidro sobre a folha de papel quadriculado, ficando com melhor apresentação, mas mais caro porque requer o uso de canetas especiais para escrever sobre o vidro.

### 2. Dispograph

É um quadro metálico dividido por ranhuras horizontais (uma por quarto), onde se colocam os cartões com registos de reservas e os esclarecimentos necessários.

Aconselha-se a utilização de cartões de várias cores, uma para cada tipo de quarto.



Vantagens:

- Boa apresentação da situação das reservas.
- Sistema fácil para mudanças de reservas ou datas.
- Várias possibilidades devido ao uso das cores.
- OBS. Convém aos hotéis de estação com clientes de estadia prolongada.

Inconvenientes:

- Manipulação difícil para estadias curtas.
- Manipulação pouco rápida e imprecisa.
- Sem possibilidade de arquivo.

### 3. Magnetoplan

Plano do tipo de “papel quadriculado” que se cola a uma placa de metal protegida por uma lâmina de plástico. Um conjunto de chapas íman de diversos comprimentos, onde se podem anotar os nomes dos clientes, são colocados na linha do quarto pretendido, ocupando o espaço de tempo, relativo à estadia.

Vantagens:

- Disposição clara e ordenada.
- Excelente apresentação.
- Manipulação fácil e rápida.
- Numerosas variantes de peças a cores.
- OBS. Convém a qualquer tipo de hotel, sobretudo aos de passagem e curta estadia.

Inconvenientes:

- Risco de deslocação dos “ímans” em caso de pancada ou fricção.
- Sem possibilidade de arquivo.

### 4. Movigraph ou K.S. Plano Board

Placa perfurada em plástico, correspondendo a cada linha vertical de furos um dia, e a cada linha horizontal um quarto. Nestes furos são introduzidas umas peças especiais, como indicação de quartos reservados.





Vantagens: Manipulação simples.  
Boa apresentação.  
OBS. Convém a hotéis de passagem e curta estadia.

Inconvenientes: Dificuldade em se retirarem as peças dos furos.  
Pouco preciso.  
Sem possibilidade de arquivo.

## 5. Modulex

Placa constituída por uma série de saliências horizontais, nas quais são se encaixam bandas de diversos tamanhos, correspondentes às várias estadias.

Vantagens: Manipulação simples.  
Boa apresentação.  
OBS. Convém a hotéis de estadia variável.

Inconvenientes: Pouco preciso.  
Sem possibilidade de arquivo.

## 6. Paineleletrónico de reservas

Este sistema de reservas por computador recebe, segundo a programação a que está submetido, todas as informações respeitantes a reservas, dando-nos a resposta pretendida em frações de segundos. Este sistema, atualmente bastante difundido, é o ideal para hotéis de média e grande capacidade. Tem a vantagem de ter um custo relativamente reduzido e de nos dar um grande número de informações, num espaço de tempo muito reduzido.

### 7.1. Registo de Reservas no Plano

As reservas devem ser inscritas no *plano* de modo claro e à medida que vão chegando por forma obter-se a cada momento a situação clara do estado de reservas e da disponibilidade do hotel. Hoje, a maioria destes registos está assegurado de modo



informático e nesse sentido os registos são mais eficientes e permitem a introdução de mais dados que são importantes para a informação do hóspede.

### 7.2. Interpretação do Plano

A interpretação do *plano* é um trabalho do rececionista do Hotel que deve retirar dele toda a informação que é necessária. O *plano* quer seja manual quer seja informático dispõe de dados múltiplos que podemos obter em função das necessidades que se pretende. Para que esta interpretação seja clara, é sempre importante recolher bem a informação que desejamos interpretar e os seus objectivos.

### 7.3. Correspondência de confirmação de reserva

Qualquer carta recebida deve sempre dar origem a uma resposta cuidada. O papel deve ser de boa qualidade, tendo inscrito na parte superior ou cabeçalho o monograma do hotel, o seu nome, classificação por estrelas, morada, localidade, números de telefone, e-mail, telex e telefax e a designação para envio de telegramas.



Regras de elaboração e algumas outras a observar:

- Boa qualidade do papel de carta e sobrescrito, em função da categoria do estabelecimento.
- Cuidada impressão do cabeçalho.
- Atentar no tipo de letra utilizado.
- Cuidar da disposição do texto e marginação.
- Aplicar corretamente as regras gramaticais.
- Isenção de rasuras.
- Uso de frases afirmativas.
- Ser claro, preciso e sucinto na redação.
- Utilizar abreviaturas (sempre que possível).



**Divisão de uma carta:**

- Cabeçalho;
- Data;
- Destinatário;
- Vocativo;
- Corpo da carta;
- Saudações;
- Assinatura;
- Post-Scriptum;
- Anexos.

**Pedido de informação:**

Uma grande parte da correspondência recebida na recepção é enviada por futuros clientes que pretendem informar-se sobre a categoria do hotel, preços diários das várias modalidades de hospedagem, situação dos quartos, sobre zonas públicas do estabelecimento e ainda se o estabelecimento possui piscina, discoteca, bares, etc..

Outra informação geralmente pedida é se o hotel terá quartos nas condições indicadas, durante um determinado período.

Qualquer que sejam as cartas recebidas de pedidos de informações diversas, obrigam imediatamente a uma resposta pronta por parte do hotel. Aproveitar-se-á para incluir na carta, em anexo, um desdobrável (dépliant), com fotografias do estabelecimento, indicando a maior parte dos serviços de que o cliente pode beneficiar, assim como uma tabela de preços elaborada para o efeito. Esta tabela deverá especificar as datas a que correspondem as diferentes épocas (se estas existirem), preços e modalidades de hospedagem correspondentes. As cartas enviadas pelo hotel aos clientes, indicando todas as possibilidades de estadia e respetivos preços, designam-se por Oferta.

Os duplicados dessas cartas devem ser arquivados em local próprio, por ordem cronológica ou alfabética.

Se a oferta feita pelo hotel lhe agradou, o cliente escreve de novo fazendo o pedido de reserva para um ou mais quartos, com determinadas características e situação, indicando o número de pessoas que o acompanham, a modalidade de hospedagem escolhida e especificando o dia e a hora de chegada, bem como o dia da partida.



### **Aceitação da reserva**

A recepção estudará as possibilidades de alojar esse cliente, com a ajuda de determinados registos e mapas, mantidos para esse efeito. A resposta dada a esse pedido de reserva poderá ser de duas naturezas:

- O hotel tem possibilidade de alojar o cliente e o número de pessoas que o acompanham e aceita a reserva, para o período indicado, voltando a especificar na carta o tipo de quarto reservado e o preço contratado. Deverá haver o cuidado de nunca mencionar o número do quarto que reservou ao cliente, pois poderá ser impossível a atribuição desse quarto por algum motivo, aquando da chegada do cliente.
- O hotel não tem possibilidade de alojar o cliente na data pretendida, recusando portanto a reserva. Deverá informar o cliente da impossibilidade de o alojar, indicando-lhe uma data alternativa. No entanto, se a data proposta não convier ao cliente, deverá tentar arranjar quarto noutra hotel, com as mesmas características.

O duplicado desta carta deverá ser arquivado no dossier de reservas recusadas, por ordem cronológica.

### **Confirmação da reserva**

Após a aceitação da reserva pelo hotel, o cliente deverá confirmar a sua reserva.

A correspondência trocada com o cliente deverá ser arquivada cronologicamente no arquivo de reservas (anexa ao boletim de reservas), correspondente ao mês de chegada do cliente.

### **Anulações e alterações de reservas**

Uma anulação verifica-se quando o cliente se dirige ao hotel, anunciando que pretende cancelar o pedido anteriormente confirmado.

Essa anulação deverá ser anotada nos livros, documentos e planos nos quais a mesma tenha sido registada. Ao processo da reserva deverá ser anexado o pedido de anulação, bem como toda a correspondência relativa a esse pedido.

As alterações deverão ser igualmente anotadas em todos os registos e planos de reservas, sendo posteriormente confirmadas por escrito pelo hotel.



### Outros tipos de correspondência

Poderemos ainda considerar outros tipos de correspondência elaborada pela recepção, relativa a:

**Objetos esquecidos nos quartos** - Neste caso deverá a recepção enviar uma carta ao cliente referindo que determinado objeto foi esquecido e perguntando como deseja que lho enviem.

**Reclamações** - Todas as reclamações efetuadas pelos clientes deverão dar origem a uma resposta cuidada.

**Ofícios:** De estatísticas ou outros dados inerentes à atividade da recepção.

## 7.4. Rooming – List

 LOCAL HOTEL ROOMING LIST - SHERATON CENTRE TORONTO HOTEL, TORONTO - ETFO ANNUAL MEETING - AUGUST 16-18, 2015

LOCAL: \_\_\_\_\_ CONTACT NAME: \_\_\_\_\_  
 PLEASE SPELL OUT: TEACHER \_\_\_\_\_ REGIONAL TEACHER \_\_\_\_\_ JSP \_\_\_\_\_ JSP \_\_\_\_\_  
 METHOD OF PAYMENT: \_\_\_\_\_ YOUR LOCAL BILL IS ADVANCED BY THE  
 MAILING ADDRESS: \_\_\_\_\_ SHERATON CENTRE FOLLOWING THE  
 ANNUAL MEETING.  
 POSTAL CODE: \_\_\_\_\_ CARRIER PHONE: \_\_\_\_\_  
 PHONE: \_\_\_\_\_ E-MAIL: \_\_\_\_\_ FAX: \_\_\_\_\_

	LAST NAME	FIRST NAME	ROOM TYPE	DATE	ARRIVAL	DEPARTURE	ROOM RATE or SESSION ROOM RATE	LOCAL (IF APPLICABLE TO LOCAL DIFFERENT LOCAL)	BILLING INSTRUCTIONS
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									

E-MAIL OR FAX DIRECTLY TO RIZA GANULONG AT THE SHERATON CENTRE TORONTO HOTEL  
 Phone: 416-941-4882 ext. 4022 Fax: 416-941-4881  
 E-MAIL: riza.ganulong@sheron.com



		LISTA DE HOSPEDES			
Nº Quarto	Nº Pax	Nome	Entrada	Saída	Obs.
100					
101					
102					
103					
104					
105					
106					
107					
108					
109					
110					

### 7.5. Fatura Pró-Forma

Fatura pró-forma é um modelo de faturação que se destina a enviar normalmente à agência de viagens ou empresas, tendo em vista recebimentos adiantados correspondente a serviços a prestar (reservas). É um documento preliminar. Este documento deve ser devidamente registado e arquivado tendo em vista o controlo que implica no hotel. Este documento não gera a obrigação de pagamento por parte do comprador.

### 7.6. Índex

O índex

**Definição:** É um outro arquivo de reservas, utilizando habitualmente o duplicado do boletim de reservas, mas organizado por ordem alfabética.



Função: Quando se desconhece a data de chegada de determinado cliente, o índice permite a localização da reserva, através da busca alfabética.

## 8. Centrais de Reservas

Centrais de reservas são as que atuam no mercado de vendas para reservas nos hotéis. Existem centrais independentes e de grupos que têm algumas redes de hotéis. Trata-se hoje de uma área muito desenvolvida devido às tecnologias no mercado.



Hoje as centrais são muito procuradas pelos clientes que as consultam para saber informação e proceder a reservas.

As centrais estão suportadas em plataformas que asseguram eficiência e domínio de quem vende e quem compra. São excelentes instrumentos de serviço e que asseguram eficiência ao consumidor pelas facilidades que apresentam e são bastante seguras, permitindo pagamentos on-line para efetivar reservas.

## 9. Arquivo de Reservas

O arquivo de reservas é fundamental e deve merecer o máximo de cuidado. Todas as fichas devem ser devidamente guardadas criando-se suportes de papel em pastas quando forem manuais. Devido à informática, hoje a maior parte do arquivo é digital, o sistema guarda a informação pelo tempo que normalmente o hotel define. Por exemplo: há hotéis em que se um cliente não volta ao hotel de dois em dois anos, o sistema apaga os registos. A vantagem de registos é aquando do check-in, se o cliente já tiver os dados no sistema facilita muito a reserva e igualmente como fonte da informação.

Há arquivo de correspondência que pode assentar em dois critérios: alfabético e cronológico, dos quais destacamos:



**Alfabético:** A correspondência é por letra, é um sistema simples.

**Arquivo em pasta ou classificadores:** o arquivo é feito em “classificadores” por ordem alfabética do nome do cliente ou da agência de viagens.

**Arquivo fichero do sistema “vertical visível”**

Depois de classificado por ordem alfabética o nome dos clientes, é colocado igualmente em pastas, distribuídas por diversas gavetas devidamente referenciadas.

**Arquivo cronológico:** feito a partir da base em que os serviços deverão ser prestados.





# Bibliografia

ABBOT, Peter; LEWRY, Sue, *Front – Office – Procedimentos e Competências na Gestão do Atendimento e Receção*, Edições Cetop, 2005.

CRATO Célia, *Turismo: Qualidade: Condição de competitividade*, SPI (2010)

FERNANDES, Artur, *Qualidade de Serviço pela Gestão Estratégica. Empresa Inteligente*. Editora Pergaminho, Lda., 2000.

JANEIRO, Joaquim António, *Guia Técnico de Hotelaria*, Edições Cetop, s.d.

LÓPEZ GARCIA, Socorro, *Recepción y Atención al cliente*, 1ª Edição, Madrid, Hostalaria Y Turismo, Paraninfo, 2000.

MATA, Américo, *Front Office – Operação e Gestão*, Lisboa, Prefácio, 2003.

MATA, Américo, *Dicionário de Terminologia Hoteleira – Front-Office*, Editora Perfácio, 2000.

MATA, Américo; MARQUES, Albano, *Manual de Hotelaria – Política e Procedimentos*, 2ª Edição, Thex Editora, 2004.

PAUL, V.; JONES, C., *Manual de Operações de Alojamento na Hotelaria*, s.d.

PÉREZ, Luís Di Muro, *Manual Prático de Receção Hoteleira*, Editora Roca, 2001.

Programa de Operações Técnicas de Receção Cursos Profissionais

QUINTAS, Manuel Ai, *Tratado de Hotelaria*, INFT, 1988.

QUINTAS, Manuela, *Organização e Gestão Hoteleira*, Lisboa, Oteltur, 2006.

ZEITHAML, Parasuraman e Berry (1985)

Outros Recursos







# Operações Técnicas de Serviços de Receção II

Módulo 7

### *Apresentação*

A primeira abordagem do cliente a uma determinada unidade hoteleira é muitas vezes efetuada a fim de bloquear um determinado tipo de quarto e serviço para posterior utilização em data definida, a denominada reserva.

Neste módulo pretende-se efetuar uma abordagem específica, não só às diversas formas de efetuar uma reserva, como ainda das diversas fases pelas quais passa todo o processo de aceitação até à conclusão do processo. Nos nossos dias a efetuação de uma reserva é uma tarefa muito facilitada, na medida em que os meios ao dispor do cliente são múltiplos e diferenciados, nomeadamente com a cada vez maior utilização da Internet e das centrais de reservas on-line.

Após a aceitação da reserva, é necessário desenvolver um conjunto de tarefas de forma a torná-la efetiva, tais como a sua introdução no nosso planning, quer seja manual ou informático. Nesta fase das reservas é importante salientar que existem dois tipos de clientes que exigem metodologias diferenciadas: clientes individuais e grupos.

### *Objetivos da aprendizagem*

A primeira abordagem do cliente a uma determinada unidade hoteleira é muitas vezes efetuada a fim de bloquear um determinado tipo de quarto e serviço para posterior utilização em data definida, a denominada reserva.

Neste módulo pretende-se efetuar uma abordagem específica, não só às diversas formas de efetuar uma reserva, como ainda das diversas fases pelas quais passa todo o processo de aceitação até à conclusão do processo.

Nos nossos dias a efetuação de uma reserva é uma tarefa muito facilitada, na medida em que os meios ao dispor do cliente são múltiplos e diferenciados, nomeadamente com a cada vez maior utilização da Internet e das centrais de reservas on-line.

Após a aceitação da reserva, é necessário desenvolver um conjunto de tarefas de forma a torná-la efetiva, tais como a sua introdução no nosso planning, quer seja manual ou informático. Nesta fase das reservas é importante salientar que existem dois tipos de clientes que exigem metodologias diferenciadas: clientes individuais e grupos.



## Âmbito dos conteúdos

1. Operações realizadas durante a estada do hóspede
  - 1.1. Informações diversas
  - 1.2. Mensagens e correspondências
  - 1.3. Manutenção de contas;
  - 1.4. Troca de quartos
  - 1.5. Guarda de valores
  - 1.6. Situações especiais
2. Check – in
  - 2.1. Tarifas e descontos
  - 2.2. Registo de hóspedes
  - 2.3. Formas de pagamento e garantias de estada
  - 2.4. Procedimentos administrativos durante o Check-in
  - 2.5. Situações especiais durante o Check-in
  - 2.6. Comunicação e coordenação com outros serviços do hotel
3. Check – out
  - 3.1. Controlo de chaves
  - 3.2. Gastos de última hora
  - 3.3. Apresentação e cobrança de contas
  - 3.4. Comentários de última hora e agradecimentos
  - 3.5. Situações especiais no Check-out
  - 3.6. Comunicação e coordenação com outros serviços do hotel
4. Reclamações
  - 4.1. Atitudes a adoptar em caso de reclamação
  - 4.2. Cuidados a ter com o Livro de Reclamações



# 1. Operações realizadas durante a estada do hóspede

Durante a estadia de um hóspede num hotel as tarefas em que a receção pode ter de atuar são várias e algumas exigem cuidados especiais como vamos poder analisar.

## 1.1. *Informações diversas*

Na receção do hotel as informações assumem a forma mais diversificada possível devido às múltiplas necessidades dos clientes. Desde o pedido de reservas, informações turísticas, viagens, entretenimento etc., o rececionista vê-se confrontado com muitas informações e para as quais deve estar preparado. Como o rececionista não consegue memorizar tudo, deve dispor de arquivos de informação que asseguram resposta pronta e eficaz ao cliente. Exemplo: Horário dos transportes, dos museus, missas, nomes de restaurantes que tenham alguma qualidade, horários do comércio, números de telefone de táxis, etc.

As informações devem ser prestadas com exatidão. Devemos dominar os conhecimentos necessários para estarmos seguros da eficácia da nossa informação, por exemplo, quando nos pedem um quarto virado para o mar, devemos ter a certeza se há ou não algum disponível ( se o hotel estiver perto do mar)

## 1.2. *Mensagens e correspondências*

As mensagens são importantes e exigem cuidados especiais. Sempre que uma mensagem é destinada a um cliente devemos entregar a mesma por escrito e num envelope. Há hotéis que dispõem de impressos próprios para escrever as mensagens.

A mensagem deve registar:

Nome do hóspede

Nº Quarto



Data da chegada

Hora

Texto

Nome do Emissor

Nos procedimentos com correspondência, se esta se destinar a hóspedes, devemos coloca-la no chaveiro ou local apropriado para este efeito.

Quando do exterior recebermos pedidos de mensagem para clientes verificar o estado em que o cliente se encontra. Há clientes que querem ficar como anónimos e nesse caso não podemos aceitar mensagens.

Mesmo quando, em situação normal, nos solicitarem uma mensagem devemos ter os seguintes cuidados:

Nunca diga que o cliente está hospedado no hotel. Procure certificar-se do nome da pessoa com quem está a falar e do seu número de telefone ou correio electrónico, diga que vai verificar se o cliente se encontra hospedado. Ponha a pessoa em espera e contate o cliente para lhe dar conhecimento de que lhe querem deixar uma mensagem e se este a deseja receber, ou o que pretende que faça. Retome a linha, peça desculpa e atue em conformidade com a decisão do hóspede.

### *1.3. Manutenção de contas*

Devemos dispensar à manutenção das contas uma atenção especial. Verificar os comprovantes a lançar, e se estão movimentados no quarto correto. Antes de fechar as contas, devemos comprovar se todos os comprovantes estão lançados. As manutenções das contas são efetuadas normalmente no período noturno.

Um aspeto importante na manutenção das contas são as faturas devedoras que normalmente são debitadas às agências de viagens ou empresas. Estas contas para além de uma reconciliação correta devem ser permanentemente vigiadas quanto à antiguidade de débitos e exercer uma enorme pressão junto dos devedores para que as faturas sejam liquidadas.



A manutenção das contas deve dispor de pastas com faturas pagas e outras faturas por pagar, ordenada por mês e segundo a numeração sequencial.

### *1.4. Troca de quartos*

Por variadas razões os hóspedes têm necessidade de mudar de quarto, o que face a todos os registos anteriormente efetuados tenhamos de reformular todos esses registos, e informar as respetivas seções do sucedido.

Entre os motivos mais frequentes para a mudança de quarto destacamos;

- a. A pedido do cliente – Pode ser imediatamente a seguir ao Check In ou nos dias seguintes de estadia por o cliente não gostar de algum modo do quarto que lhe foi atribuído por motivos de localização ou outro.
- b. Necessidade do hotel – Não é tão comum mas pode acontecer que pelo motivo de prolongamento de estadia o hóspede não possa ficar no mesmo quarto que tinha pois esse quarto pode estar atribuído a outro cliente que o tenha expressamente pedido. No entanto este tipo de situação requer alguma habilidade e tato pois o cliente que já se encontra alojado não vai compreender facilmente que tenha que dar lugar a outro hóspede que na sua ótica não é mais importante do que ele. Para isso será necessário que pelo menos seja o Chefe de Receção a informar o cliente dessa mudança.
- c. Em caso de avaria – Neste caso o cliente compreenderá certamente os motivos da mudança de quarto.

Cada vez que se produzir uma mudança de quarto a Receção emite um documento de mudança de quarto que irá a todas as seções para que estas tomem devida nota da mudança e assinem esse documento fazendo assim prova de que tomaram conhecimento da mudança de quarto efetuada.

Os dados que devem figurar neste documento devem ser os seguintes:

- Nome do cliente
- Número do quarto anterior
- Número do quarto atual





- Número de pessoas anterior e atual (pode também ser esse o motivo da mudança se o cliente estivesse num single e recebesse a visita da esposa ou acompanhante)
- Preço do quarto anterior e atual
- Data e hora da mudança
- Data de saída anterior e atual

Os destinatários deste documento são:

1. Recepção – deverá modificar o número de quarto do hóspede e, se for caso disso, o número de pessoas e preço atual no Shannon e recolocar o Shannon na sua nova ranhura correspondente ao novo quarto atribuído. Todas as mudanças de quarto pressupõem ainda outro tipo de envolvimento como seja um novo registo do hóspede com um novo número de quarto, considerar como sujo (CO) o quarto anterior, inscrição no livro de recepção da mudança efetuada para que os rececionistas dos turnos seguintes tenham conhecimento do sucedido, modificação do cabeçalho da fatura com o novo quarto e se houver mudança de pessoas e preços fazer as retificações necessárias.
2. Seção de Telefones – para que caso haja faturas pendentes deste quarto se faça a modificação antes de serem enviadas para posterior débito na conta do cliente, ou para que caso surja um telefonema ou uma mensagem esta seção possa rapidamente passar a chamada para o cliente em questão.
3. Governanta – Para que esta possa informar imediatamente a empregada do andar para que possa ajudar o cliente a mudar os seus pertences e colocar o quarto como sujo para não poder ser ocupado antes que a informação de limpo não chegue à recepção. Haverá que ter em conta que a mudança da bagagem assim como dos pertences dos clientes não deverão ser mudados sem a presença deste para que não haja a possibilidade de reclamação por extravio ou estragos.
4. Seções de venda direta – Para que todos tomem devida nota caso tenham pendentes por faturar para que façam a mudança de quarto antes de enviar os documentos para a Recepção para posterior débito na fatura dos clientes.



Quando haja um sistema informatizado instalado não é necessário mais que uma simples mudança de número de quarto com diferente preço ou número de pessoas encarregando-se o sistema informático do envio dessa informação a todos os terminais existentes no estabelecimento. Caso não haja terminais em todas as seções o procedimento será como o manual enviando a ficha de mudança a quem não tem acesso direto ao sistema.

### *1.5. Guarda de valores*

#### **COFRES DO HOTEL**

##### **Cofres individuais**

##### **Cofres individuais nos quartos**

Após a chegada ao hotel, o cliente pode pretender guardar um certo número dos seus bens; dinheiro, jóias, documentos, etc.. Alguns hotéis oferecem a possibilidade de guardar esses bens com uma certa segurança no próprio quarto. Estes hotéis dispõem de um pequeno cofre ou gaveta-forte instalados no quarto, geralmente dentro do guarda-fatos ou noutra local bastante discreto obedecendo a certas normas de segurança.

Ao cliente será entregue uma chave, que devolverá aquando da sua saída, responsabilizando-se pela mesma caso venha a perder-se ou a extraviar-se.

Em muitos hotéis estes cofres são alugados aos clientes mediante um preço por dia, devendo o cliente deixar um depósito para levantar a chave do cofre.

##### **Cofres individuais à guarda da receção**

Os hotéis geralmente dispõem de um cofre que poderá ser do tipo Cofre-forte ou Caixa-cacifos, e que será posto à disposição do cliente para guardar os seus valores.

Estes cofres estão instalados em local adjacente à receção sendo o pessoal da caixa responsável pelos mesmos. A responsabilidade dos cofres poderá ainda estar a cargo da receção ou até da portaria dependendo do hotel.

Estes cofres têm geralmente uma parte destinada a cofres individuais sendo a outra parte constituída por cacifos maiores destinados à guarda de valores mais volumosos.

Os dois sistemas mais conhecidos para fechar e abrir cofres individuais são os seguintes:



1. Cada cofre individual possui fechaduras com 2 chaves distintas:
  - uma fica em poder do hóspede
  - outra fica na receção/caixa
  
2. Cada cofre individual tem uma fechadura com 2 chaves:
  - uma chave para cada cofre, que fica em poder do cliente
  - uma chave passe comum a todos os cofres, que fica na posse da receção/caixa

Para abrir o cofre, o caixa dá a primeira volta e o hóspede a segunda. Para fechar será em ordem inversa, primeira o hóspede e depois o caixa. Nenhum poderá abrir o cofre sem que o outro esteja presente.

### **Cofre geral do hotel**

Nos hotéis mais antigos e ainda não equipados com os modelos anteriores, existe pelo menos um cofre geral, amplo em que só existe uma fechadura central, e com segredo. Dependendo da organização do hotel, saberão o segredo o diretor do hotel e o contabilista somente.

Neste caso, o cliente só poderá guardar os seus valores durante o dia quando um dos dois estiver presente, o que causa grande incómodo. Esta é uma situação que tende a desaparecer, porque a legislação recente obriga a que existam cofres no género de um dos modelos anteriormente referidos.

Para guardar os seus valores, o cliente deverá colocá-los num envelope a fornecer pela receção, selado e assinado na junta que fecha o envelope pelo cliente e pelo rececionista.

### **Documentação de depósitos**

Aos clientes que depositem valores no cofre do hotel, deve ser-lhes passado um recibo. O caixa ou o rececionista terá o cuidado de colocar esses objetos ou dinheiro num envelope que fechará, pedindo ao cliente que assine. Por cima deve colocar uma fita adesiva transparente ou então deve lacrar o envelope. Os recibos que se passam aos hóspedes deverão ser passados em duplicado, a fim de que o caixa saiba o que guardou. Quanto aos outros tipos de cofres, deve existir um livro no qual são inscritos todos os clientes que possuem chaves dos respetivos cofres individuais, quando lhes são



entregues e data saída quando a receção recebe as chaves. O cliente e o rececionista devem rubricar o livro, no ato da entrega e no ato da devolução. Aconselha-se também o preenchimento de um recibo, pois em caso de assalto as Companhias de Seguros apenas se responsabilizam pelos valores registados.

### *1.6. Situações especiais*

Há clientes muito importantes, designados por VIPS , neste caso a receção assegura-se que todas as seções se mantenham devidamente informadas deste tipo de clientes no hotel. Normalmente estes clientes têm um tratamento muito especial que vai desde a preocupação de atribuir os melhores quartos até ao serviço que é dispensado. Normalmente, os hotéis dispõem de algumas normas para conceder como tratamento a estes clientes e que vai desde:

Mandar colocar champagne nos quartos

Fruta nos quartos

Até pequenas ou grandes refeições e que são ofertas do hotel. O serviço terá de ser esmerado e cuidadoso.

Alguns exemplos de VIPS:

- Presidente da República ou da Assembleia da República
- Primeiro-ministro
- Ministros ou secretários de Estado
- Pessoal do corpo diplomático
- Figuras importantes da arte e da cultura

Todavia, cada hotel pode considerar VIP outras pessoas que pelas características que lhe é dispensada considere importante para o hotel.



## Atividade n.º 12

Coloque PF em ( ) V= Verdadeiro ou F= Falso

- ( ) As mensagens são importantes e exigem cuidados especiais. Sempre que uma mensagem é destinada a um cliente devemos entregar transmitir a mesma oralmente. Há hotéis que dispõe de impressos próprios para escrever as mensagens.
- ( ) Cada vez que se produzir uma mudança de quarto a Recepção emite um documento de mudança de quarto que irá a todas as seções para que estas tomem devida nota da mudança e assinem esse documento fazendo assim prova de que tomaram conhecimento da mudança de quarto efetuada.
- ( ) Devemos dispensar à manutenção das contas uma atenção especial. Verificar os comprovantes a lançar, e se estão movimentados no quarto correto. Antes de fechar as contas, devemos comprovar se todos os comprovantes estão lançados. As manutenções das contas são efetuadas normalmente no período diurno.
- ( ) Aos clientes que depositem valores no cofre do hotel, deve ser-lhes passado um recibo. O caixa ou o rececionista terá o cuidado de colocar esses objetos ou dinheiro num envelope que fechará, pedindo ao cliente que assine. Por cima deve colocar uma fita adesiva transparente ou então deve lacrar o envelope. Os recibos que se passam aos hóspedes deverão ser passados em duplicado, a fim de que o caixa saiba o que guardou.
- ( ) Há clientes muito importantes, designados por VIPs, neste caso a recepção assegura-se que todas as seções se mantenham devidamente informada deste tipo de clientes no hotel. Normalmente estes clientes têm um tratamento muito especial que vai desde a preocupação de atribuir os melhores quartos até ao serviço que é dispensado.



## 2. Check – in

É o momento da chegada do cliente ao hotel. Normalmente, condiciona-se a hora a partir das 14h. Este momento é importante não só para tratar dos procedimentos burocráticos de registo do hóspede como para estabelecer um primeiro contato.

Saudar o cliente, exemplo: boa tarde, sou o João Pedro, desejo-lhe as boas vindas ao nosso Hotel e depois perguntar: Fizeram boa viagem?

De seguida, confirmar a reserva, e caso afirmativo: pedir o documento de identidade ao cliente. Se for nacional: o Bilhete de Identidade, se for estrangeiro: o passaporte, e entregar-lhe a ficha de reserva para preencher, dar a sua entrada, fazer entrega das respetivas chaves do quarto, acompanhada do cartão do hóspede.

### 2.1. Tarifas e descontos

Alguns Hotéis praticam descontos sobre os preços. Estes descontos destinam-se a estimular a procura e fidelizar alguns clientes. Normalmente, são praticados junto de empresas ou clientes que frequentam muito o hotel, ou então, quando se trata de grupos. Não há um valor fixo para os descontos, quem estabelece os descontos é o Diretor e sempre que se faça um desconto a um cliente este tem de ser autorizado pelo Diretor. Muitos hotéis têm cartões personalizados que emitem aos seus clientes para que estes possam beneficiar dos descontos especiais e que têm de ser apresentados quando da chegada para beneficiar desses descontos.

Quando se pretende ter um desconto, normalmente, faz-se um pedido direto ao Diretor através de uma carta ou de um email e depois este analisa e em função do que achar adequado responde.

### 2.2. Registo de hóspedes

Os registos de hóspedes têm um carácter formal e informal. Formal, nos registos que a legislação imponha, informal, nos registos que o hotel determine para a sua informação. Hoje com os sistemas informáticos, tudo se torna mais fácil e otimizado. Após o



preenchimento da ficha, procede-se ao registo no sistema manual ou informático com as condições que foram contratualizadas.

O registo, deve ser sempre com base nestes princípios: Nome do cliente, data entrada e da saída, número de pessoas, preço contrato, número do quarto e outras informações: Número de documento de identificação e indicar se é Bilhete de identidade ou o Passaporte, data da emissão e data em que caduca. Normalmente, põe-se a morada do cliente para contatos e bem assim o telefone e email para os mesmos fins.

### *2.3. Formas de pagamento e garantias de estada*

#### *Numerário nacional*

Pagamento efetuado em moeda nacional no próprio país. É a forma mais simples e mais corrente de efetuar pagamentos.



#### *Numerário estrangeiro*

O caixa pode receber o pagamento em moeda estrangeira, ao câmbio do dia e pelo preço da compra. Deverá haver a preocupação de manter atualizada a tabela de câmbios porque num período de inflação e instabilidade monetária os câmbios sofrem flutuações com frequência o que poderá acarretar prejuízos ao rececionista, ou para o hotel.



#### *Cheques pessoais*

Para salvaguarda do hotel, poderá exigir-se que o cheque seja visado.

Não se devem aceitar a clientes cheques pessoais sobre bancos estrangeiros, exceto quando se destinam a pagamento antecipado de reservas e cobráveis antes da chegada do cliente.



## Traveller's cheques ou cheques de viagem



Os cheques de viagem são um meio de pagamento de carácter internacional, que permite ao viajante transportar dinheiro sem grandes riscos.

É uma das formas de pagamento mais utilizada pelos estrangeiros. Esta forma de pagamento é segura, pois representa o valor facial que foi previamente pago no agente vendedor (Banco ou Agência de Viagens). Não tem prazo de validade.

## Pagamento com traveller's cheques

Sempre que um cliente com um cheque de viagem pretenda pagar uma conta ou apenas esse mesmo cheque, deve-se ter atenção aos seguintes pontos:

- O cliente deverá contra-assinar em local próprio do cheque, diante do rececionista
- O rececionista deverá conferir esta contra-assinatura com a assinatura já existente, que foi aposta da compra do cheque
- Deverá pedir-se a identificação do cliente e conferir a assinatura com o documento de identificação
- No verso do cheque é sempre anotado a lápis: número do passaporte, local e data de emissão
- O cheque é negociado ao preço da compra do câmbio do dia
- Deverá verificar-se com o máximo cuidado o valor facial, pois há países com a mesma moeda mas de valores diferentes. Por exemplo, não confundir o dólar americano com o canadiano, a libra inglesa com a irlandesa, etc..





## Eurocheques

O eurocheque é um meio de pagamento internacional que permite ao seu titular efetuar pagamentos em qualquer país, membro desse sistema, sacando sobre a sua conta bancária no país de origem.

### Elementos do sistema eurocheque:

É composto por um cheque normalizado (eurocheque) e por um cartão de garantia (cartão eurocheque). O cheque não poderá ser utilizado sem a apresentação do cartão.

Do cheque constam os seguintes elementos:



Constam os seguintes elementos:

- Nome do estabelecimento de crédito
- Nº de conta ou de código
- Designação do país
- Local de emissão
- Data
- Moeda e importância
- Assinatura

Do cartão de crédito

No cartão figuram:

- Nome do estabelecimento de crédito
- Prazo de validade



- Nº de conta ou de código
- Nº de cartão
- Nome do utente
- Assinatura
- Símbolo de identificação

### **Pagamento com Eurocheque:**

Sempre que um cliente com um eurocheque pretenda pagar uma conta deve-se ter em atenção os seguintes pontos:

- Verificar o período de validade do cartão
- O nome do estabelecimento de crédito e o número de conta do cartão de garantia devem corresponder ao nome do estabelecimento de crédito e número de conta que figuram no cheque. No caso de não haver nº de conta no cartão, o apelido e primeiro nome (ou as primeiras letras dos primeiros nomes) indicados no cartão devem corresponder aos que estão indicados no cheque.
- O cliente deve assinar o cheque na presença do rececionista, verificando este, se a assinatura corresponde à que figura no cartão.
- A importância do cheque não deve ultrapassar o montante máximo garantido
- O caixa deverá controlar o cartão, e anotar sempre o número do cartão no verso do cheque
- O cheque deve ser apresentado ao estabelecimento sacado dentro dos vinte dias seguintes aos da data da sua emissão.

### *“Vouchers”*

Os vouchers são documentos emitidos pelas agências de viagens pelos quais é solicitado a um hotel ou similar, ou ainda a uma empresa de transportes, a prestação de determinados serviços a um cliente ou grupo de clientes.

Existem diferentes tipos de vouchers:

- De estadia
- De depósito
- De crédito ilimitado (full crédit)



- De recomendação
- à la carte

### Voucher de estadia

É o que cobre a totalidade dos serviços previamente acordados entre a agência e o hotel - alojamento, meia pensão ou pensão completa e eventualmente outros como por exemplo transfers.

**TRAVEX COMPANY LIMITED** NO 033998  
**VOUCHER**

TO: XXXXX Hotel DATE: XX - Jan - 03  
ADDRESS: XXXX, XXXX, XXXX TEL: 000000000  
FOR MR. XXX / MRS. XXX NO: 00-0000

PLEASE RESERVE:  AMFD  CANCEL

HOTEL: \_\_\_\_\_  
1  
SINGLES  
TWIN  
TRIPLES  
SUITES

MEALS: Included BRK for 2 pax

TOUR  TRANSFER

ARRIVAL: xx - Jan - 03 FLT. NO: XX000 TIME: 00:00  
DEPARTURE: xx - Jan - 03 FLT. NO: XX001 TIME: 00:01

PAYMENT BY: Travax Co., Ltd.

REMARK: XXXXXXXX

Confirmed by: XXX Requested by: XXX Authorized Signature: \_\_\_\_\_

### Voucher de depósito

Como o nome indica, só cobre uma quantia determinada que o cliente depositou na agência como garantia da sua reserva. No ato de pagamento da fatura do hotel, o cliente apresenta-o para que lhe seja creditada essa importância.

### Voucher de crédito ilimitado ou Full Crédit

Embora raro, pois representa uma grande responsabilidade para a agência emissora, é quase sempre concedido a funcionários de agências de viagens, industriais de hotelaria ou a pessoas que mereçam inteira confiança às agências.



### *Voucher de recomendação*

Este tipo de voucher menos vulgar, serve unicamente para recomendar ou apresentar um cliente a um hotel. No entanto, a agência tem também direito à comissão habitual.

### *Voucher “à la carte”*

São vouchers passados aos clientes pelas agências, sem datas de estadias, que são utilizados pelos clientes em hotéis por eles escolhidos enquanto viajam. Estas reservas são feitas na véspera ou no próprio dia, e quando aceites pelos hotéis (dependendo da sua disponibilidade), devem as contas das estadias ser enviadas para as agências. Cada voucher tem a validade para um dia de estadia.

### *Cartões de crédito*

O cartão de crédito é um meio de pagamento que permite ao titular pagar despesas de bens ou serviços em determinados estabelecimentos integrados no sistema de cartões de crédito de que é portador, e liquidá-los depois à entidade emissora.

Os cartões de crédito classificam-se em dois grupos:

- Cartões bancários - quando emitidos por bancos
- Cartões T & E (Travel and Entertainment) - emitidos por entidades não bancárias como por exemplo: American Express, Diners Club, etc..

BANCOS - Todos os bancos (ou quase todos) têm hoje em dia um cartão VISA, que pode ser utilizado no estrangeiro.

Relativamente aos cartões de crédito deve-se ainda ter em atenção o seguinte:

PLAFOND - Designa-se de limite de transação ou plafond de venda livre ao valor máximo de venda estabelecido no contrato entre a entidade emissora e a entidade vendedora de bens ou serviços. Sempre que o montante de venda ultrapasse esse valor, neste caso o hotel, deverá pedir autorização ao Centro de Autorizações da entidade emissora. Se



não for pedida uma autorização para um valor superior ao estipulado, o banco não se responsabiliza pelo pagamento do mesmo.

O plafond varia de empresa para empresa, de país para país e, ainda, com outros critérios de segurança.

O limite de transação é uma medida de segurança, muito importante e considerada confidencial, não devendo portanto ser divulgado aos clientes.

COMISSÃO - A comissão, prevista no contrato, que os hotéis se obrigam a pagar às entidades emissoras é variável consoante a categoria, volume de negócio e ainda consoante outros critérios bancários.

LISTA DE CARTÕES SUSPENSOS - Os emissores de cartões de crédito geralmente enviam aos estabelecimentos uma lista de cartões suspensos. Estes cartões foram perdidos, extraviados ou circulam sem validade. Sempre que apareça um cartão constante desta lista deverá avisar-se imediatamente o banco. Se for aceite para pagamento de uma conta um cartão constante nesta lista, o banco não o paga, ainda que esteja dentro do limite estipulado.

Vantagens da aceitação dos cartões de crédito:

- O hotel vê aumentado o seu volume de vendas com a aceitação dos cartões de crédito
- O hotel beneficia de publicidade efetuada pelas entidades emissoras a nível internacional sem qualquer encargo



Pagamentos com cartões de crédito:

- Verificar se o cartão não é extraviado
- Verificar a validade do cartão. Deve ter-se em conta que a data de validade do cartão expira no 1 dia do mês seguinte ao constante no cartão
- Verificar se a importância total da venda não ultrapassa o plafond. Caso exceda deve-se ligar para o Centro de Autorizações e apontar na fatura o código de autorização



- Preencher a fatura
- Passar a fatura pela máquina para impressão da identificação do hotel e do cartão do cliente. Sempre que uma fatura vá à máquina, deve-se verificar a legibilidade da fatura correspondente, pois muitas vezes os caracteres estão gastos pelo uso e tornam as faturas imperceptíveis
- Dar a fatura a assinar ao cliente
- Conferir a assinatura com a do cartão de crédito
- Dar uma cópia da fatura ao cliente (cópia do comprador)

### *2.4. Procedimentos administrativos durante o Check-in*

Os procedimentos administrativos a observar durante este processo são:

- Registrar todos os integrantes ou completar o pré-registo;
- Designar os quartos correspondentes;
- Solicitar os vouchers (no caso de um grupo turístico);
- Se o cliente tiver crédito, verificar autorização e montante autorizado
- Abrir as contas correspondentes (mestra e individuais).
- Manter atualizada a faturação
- Dispor de todos os comprovantes de movimentos das respetivas seções

### *2.5. Situações especiais durante o Check-in*

Embora todos os hóspedes sejam pessoas importantes para o Hotel, alguns, pela sua importância política, social, desportiva ou outra, recebem um tratamento “preferencial” durante sua estada (VIP)

No processo de check-in, é comum estar presente o gerente geral do Hotel ou o gerente de operações, para demonstrar como o hóspede é importante para o hotel. No acompanhamento ao quarto, participam mais funcionários que o normal, no demais, o processo segue os passos já analisados.

Igualmente, alguns hotéis, colocam a estes clientes: cesto com frutas, bebidas e em alguns casos espumante.

O objetivo é mostrar como o Hotel se sente lisonjeado com a sua presença.



## 2.6. Comunicação e coordenação com outros serviços do hotel

A comunicação e coordenação são essenciais no funcionamento de um Hotel, nesse sentido toda a informação deve ser assegurada e, no caso das reservas, muito em especial para planificação e previsão do trabalho. Assim:

Toda a ocupação hoteleira é gerida pelo departamento de reservas pelo que as restantes seções da unidade têm que ter elementos em sua posse sobre previsões de ocupação para os dias seguintes para assim poderem adiantar e prever grande parte do seu trabalho, e:

- A primeira previsão consiste em extrair do livro de reservas o número de quartos ocupados para cada dia
- A segunda previsão será a dos serviços contratados

Porque se trata de previsões deverá ter-se em conta que estas podem ser elaboradas para um período curto de 3 ou 4 dias seguintes ou por um período mais alargado. No entanto dado que poderão chegar ao hotel inúmeros Walk In, pelo que temos que estar preparados para o aumento da ocupação e ou serviço de refeições.

Normalmente os destinatários destas previsões são:

- **Direção Hoteleira** - com o fim de vigiar os desvios das previsões e tomar medidas corretoras e ficarem informados das ocupações previstas.
- **Departamento Comercial** - estar informado da ocupação para os dias seguintes.
- **Departamento de Exploração** poder valorizar as entradas, ocupações previstas e assim poderem elaborar mapas de exploração de tesouraria.
- **Governanta** - ter a sua equipa de trabalhadores em conformidade com a ocupação prevista e tomar medidas necessárias ao controle de roupas para esses dias.
- **Restaurante** - (ver impresso previsões de refeições)
- **Cozinha** - Efetuar previsões que permita fazer uma gestão racional dos recursos humanos ao seu dispor e tomar medidas adequadas a encomendas de produtos que vai necessitar. (ver impresso previsões de refeições)



- **Cafeteria** - Saber o número de pequenos-almoços que vai servir. (ver impresso previsões de refeições)
- **Bares** - Em função da ocupação, organizar o trabalho para o volume de pessoas a circular no hotel e que naturalmente fará uso do Bar. (ver impresso previsões de refeições)

As seções do hotel normalmente coordenam-se segundo o organigrama que se exhibe:





## Atividade n.º 13

Por Favor coloque em ( ) V=Verdadeiro ou F=Falso

- ( ) **Check-in:** É o momento da saída do cliente ao hotel. Normalmente, condiciona-se a hora a partir das 14h. Este momento é importante não só para tratar dos procedimentos burocráticos de registo do hóspede como para estabelecer um primeiro contato.
- ( ) **registo de hóspedes:** Os registos de hóspedes têm um carácter formal e informal. Formal, nos registo que a legislação imponha, informal, nos registos que o hotel determine para a sua informação.
- ( ) **numerário nacional:** é o pagamento efetuado em moeda nacional no próprio país. É a forma mais simples e mais corrente de efetuar pagamentos.
- ( ) Os cheques de viagem são um meio de pagamento de carácter nacional, que permite ao viajante transportar dinheiro sem grandes riscos.
- ( ) **Euro cheque:** É composto por um cheque normalizado (eurocheque) e por um cartão de garantia (cartão eurocheque). O cheque não poderá ser utilizado sem a apresentação do cartão. Do cheque constam os seguintes elementos:
  - ( ) Os vouchers são documentos emitidos pelas empresas pelos quais é solicitado a um hotel ou similar, ou ainda a uma empresa de transportes, a prestação de determinados serviços a um cliente ou grupo de clientes.
  - ( ) O cartão de crédito é um meio de pagamento que permite ao titular pagar despesas de bens ou serviços em determinados estabelecimentos integrados no sistema de cartões de crédito de que é portador, e liquidá-los depois ao hotel.
  - ( ) Plafond - Designa-se de limite de transação ou plafond de venda livre ao valor máximo de venda estabelecido no contrato entre a entidade emissora e a entidade vendedora de bens ou serviços.
  - ( ) A comunicação e coordenação são essenciais no funcionamento de um Hotel, nesse sentido toda a informação deve ser assegurada e, no caso das reservas, muito em especial para planificação e previsão do trabalho.



## 3. Check – out

O processo de check-out é desencadeado quando o hóspede, depois de deixar livre o quarto, entrega a chave na receção. Nesse processo, é mantido o último contato do hóspede com o Hotel, talvez o que mais regista na sua memória. Por essa razão, deve-se dar muita atenção a cada uma das tarefas específicas.

Todos os problemas devem ser evitados na hora do check-out os procedimentos deve ser seguido da seguinte forma:

- O hóspede deve ser cumprimentado amavelmente cumprimentando ao pedir o fechamento da conta e, durante o check-out, deve haver, ao menos uma vez, contato visual;
- O total dos procedimentos de check-out deve durar em média 5 a 7 minutos;
- Ao hóspede deve ser perguntado sobre a sua impressão geral da estada, sendo a opinião boa ou má anotada para análise posterior;
- No pagamento com cartão de crédito, não esquecer de devolvê-lo ao cliente;
- Fazer o contato com amabilidade e simpatia, sem formalidade ou familiaridade e despedir-se do hóspede com um amável “desejamos-lhe boa viagem, esperando que volte breve.”;
- Se tiver no departamento o Bilhete de Identidade ou passaporte, por favor entregue-o, a sua não entrega pode ocasionar enormes danos ao cliente.

### 3.1. Controlo de chaves

Como mencionado o check-out começa quando o hóspede entrega definitivamente a chave do quarto. Não somente deve ser controlada a entrega da chave do quarto como também do cofre, para que o hóspede não a leve.

Em alguns hotéis existem sistemas avançados, nos quais a chave é substituída por um cartão magnético, permitem que o hóspede fique com ela como recordação, já que a combinação da fechadura é criada no momento do check-in.

O controlo das chaves manual, obriga o rececionista a um cuidado especial quando da liquidação da fatura no momento do check-out, solicitando ao cliente a chave do quarto, dado o risco que representa a chave ser levada pelo cliente.





Exemplo de uma maçaneta onde normalmente se penduram as chaves feita em madeira ou ferro. O numero identifica o quarto

### *3.2. Gastos de última hora*

Antes de apresenta a conta, devemos certificar-nos de que nada está por lançar nos distintos pontos de venda. Caso haja, deve ser apresentado na respetiva conta para ser cobrado posteriormente.

Os sistemas informáticos permitem que todos os pontos de venda estejam ligados entre si, o que possibilita a consulta rápida destes consumos de última hora, casos dos mini bares por exemplo.

### *3.3. Apresentação e cobrança de contas*

Depois de lançar os gastos de última hora e examinar o quarto, por parte da empregada de andares, é apresentada a conta ao hóspede para verificação. Caso o sistema de faturação seja manual, será apresentada a fatura para que sejam conferidos os valores correspondentes.

Assim que for emitida a fatura e o hóspede concorda com esta, é cobrada a conta, segundo o método de pagamento escolhido pelo hóspede no check-in, com consulta prévia para saber se não trocou de opinião a respeito do tipo de pagamento.

No ato da cobrança deve dispensar particular atenção à qualidade da moeda, se tiver máquina verifique a sua autenticação. Caso utilize cartão, verifique a validade deste.

### *3.4. Comentários de última hora e agradecimentos*

É de muita importância consultar o hóspede sobre como foi sua estada. Ele é o mais importante para o Hotel e por isso deve ser ouvido. Em geral, oferece-lhe com a nossa presença um meio para contato, para saber como melhorar os serviços e adaptá-los às suas exigências.



Alguns hotéis usam como meio, dois tipos para se comunicar com os hóspedes, o primeiro é: consultar o hóspede verbalmente, para esclarecer todos os inconvenientes acontecidos e anotar as sugestões feitas, porém num dia de muito movimento não se pode anotar todos os comentários; o segundo é através de um material impresso para uma avaliação mais objetiva. Quer uma quer outras devem ser remetidas ao superior hierárquico do hotel.

### *3.5. Situações especiais no Check-out*

Muitos hóspedes colecionam “recordações” dos hotéis visitados, ou querem demonstrar aos seus amigos ou familiares que estiveram hospedados num estabelecimento famoso, deve-se ter cuidado para que não levem como recordação objetos valiosos.

A empregada de quartos deve rever o quarto e comunica imediatamente a rececionista o que falta no quarto e verifica principalmente o frigobar informando os últimos gastos. Muitas vezes essa revisão não acontece com alguns hóspedes mais conhecidos, dando um crédito de confiança ao hóspede e perguntando-lhe se ele consumiu algo e o que foi consumido, e na maioria das vezes o que o hóspede diz que consumiu confere depois que a empregada que reviu o quarto.

### *3.6. Comunicação e coordenação com outros serviços do hotel*

A comunicação a manter no processo de check-out é asseguramo-nos que tudo está conforme os movimentos registados no Hotel. A coordenação, é possibilitar que cada departamento se certifique que tudo está perfeitamente movimentado.

As organizações funcionam com base na integração das atividades e iniciativas de indivíduos e equipes. Uma das formas de produzir esta integração é organizar os processos de comunicação interna, já que para trabalhar, as pessoas estão sempre a coordenar as suas ações em relação às ações das outras. A comunicação nas organizações pode ser vista como um fluxo contínuo de conversações voltadas à negociação, fixação e verificação do cumprimento de compromissos através da troca de mensagens escritas e faladas entre pessoas e equipes.



Ao falar, estamos coordenando ações, fazendo e produzindo coisas.

O que permite a coordenação de ações é a existência de uma linguagem comum utilizada nas falas e documentos que confirmam os processos de discussão e decisão nas organizações. A coordenação de ações pode ser vista como um fluxo de conversações; e toda a conversação pode ser reduzida numa pequena variedade de movimentos básicos de linguagem. Estes movimentos básicos chamam-se atos de fala ou atos linguísticos.

São eles que constituem os significados nos discursos e permitem estruturar a comunicação voltada ao trabalho e à ação de gestão. Regra geral, toda a comunicação humana está relacionada com o mundo do trabalho, mas não apenas a esse ambiente e pode ser realizada utilizando-se dois tipos distintos de atos linguísticos: as afirmações e as declarações.

### **Afirmações**

As afirmações correspondem às descrições, são proposições acerca de nossas observações. Procuram descrever as coisas como elas são, embora não saibamos como elas são realmente. Sabemos somente como as observamos. E, dado que os seres humanos compartilham, por um lado, uma estrutura biológica comum e, por outro, a tradição de distinções da sua comunidade, é possível compartilhar o que observam. Mas, isso nem sempre ocorre. Só podemos dizer que os indivíduos têm estruturas biológicas diferentes. As distinções entre as cores vermelhas e verde só nos falam de nossa capacidade de reação diante do meio externo, mas não nos falam da mesma realidade interna. Nós, seres humanos, observamos segundo as distinções que possuímos. Isto significa dizer que, sem distinguir a mesa não posso observá-la. Posso ver diferenças em termos de cor, de textura, de forma, etc. Assim, por exemplo, não podemos falar de domingo em Baucau e sol, sem as distinções do que seja domingo, Baucau e sol. Alguém que não tenha estas distinções não pode afirmar “fez sol domingo passado em Baucau”. Quem tem razão? Quem está mais próximo da realidade? A pessoa que tem as distinções ou a pessoa que não as tem? Estas perguntas só fazem sentido para as pessoas que compartilham o mesmo conjunto de distinções. As afirmações fazem-se sempre dentro de um “espaço de distinções” já estabelecido.



Mesmo compartilhando o que observamos, não podemos afirmar que as coisas são como realmente são. Podemos somente concluir que compartilhamos das mesmas observações, isto é, que observamos o mesmo.

Quanto à distinção entre o verdadeiro e o falso, esta só é válida para as condições sociais e históricas determinadas. O verdadeiro e o falso são convenções sociais que tornam possível a coexistência em sociedade. Uma afirmação verdadeira é uma proposição para a qual podemos apresentar uma testemunha (membro qualquer de nossa comunidade com que compartilho das mesmas distinções, que por estar no mesmo lugar neste momento, pode coincidir com as nossas observações).

### **Afirmações falsas**

Uma afirmação falsa é uma proposição que sujeita a confirmação seria refutada por qualquer testemunha que a presenciasse. Se refutada, é falsa, apesar de continuar a ser uma afirmação. Muitas vezes estas afirmações não podem ser confirmadas por falta de condições necessárias. São as afirmações acerca do futuro. Por exemplo, nos casos de previsão do tempo - “vai chover amanhã”. Teremos que esperar até amanhã para sabermos se a afirmação é verdadeira ou falsa. Nas afirmações acerca do passado, pode ocorrer algo similar. Ex. “choveu em Díli no dia 21 de Abril de 1974”. Teoricamente pode ser confirmada.

As afirmações têm a ver com o mundo dos fatos. Falar, portanto, nunca é um ato inocente. Cada ato linguístico caracteriza-se pelos compromissos sociais diferentes envolvidos. Quando afirmamos algo, comprometemo-nos com a veracidade de nossas afirmações perante a(s) pessoa(s) que nos escuta(m).

As profissões do turismo pela facilidade de contatos com pessoas de diferentes culturas levam-nos a reagir muitas vezes perante esta situação e a fazermos afirmações que muitas vezes carecem de prova. Por exemplo, em Baucau há possibilidade de aterrar um avião comercial porque existe uma pista grande. Não é uma pista grande que permite uma aterragem são todas as condições impostas pela aviação civil de um país.

### **Declarações**

Nas declarações geramos um novo mundo para nós. A palavra gera uma realidade diferente. Depois de dizer o que se disse, o mundo já não será mais o mesmo de antes.



Este foi transformado pelo poder da palavra. Exemplo: declaração de independência de um país.

As declarações não ocorrem somente em momentos especiais da história. Elas estão no nosso cotidiano - quando o diretor do hotel diz, esse cliente é VIP; quando um árbitro diz, golo; quando o sacerdote diz, declaro-vos marido e mulher; quando dizemos no hotel, é hora de jantar; quando alguém cria uma nova companhia; quando alguém contrata ou despede uma pessoa; quando o professor diz, aprovado - em todos estes casos, o mundo passa a ser diferente depois da declaração. A ação de fazer uma declaração gera uma nova realidade. A realidade transforma-se segundo a vontade de quem fala, e assim, as coisas deixam de ser como eram antes.

Contrariamente às afirmações, as declarações não estão relacionadas com as nossas capacidades compartilhadas de observação. Estão relacionadas com o poder. E isso faz toda a diferença. Adicionalmente, para as declarações terem validade é preciso que sejam cumpridas. Esta capacidade vem da força ou da autoridade. A força obriga-nos a aceitá-la, para evitar desintegração. A autoridade é o poder que um grupo social a certas pessoas para fazer declarações válidas. Ambas são expressões de poder. Exemplos: O sacerdote que faz um matrimónio tem a autoridade para declarar duas pessoas marido e mulher. Outra pessoa declarando o mesmo não geraria o mesmo efeito e possivelmente ninguém levaria a sério e seria um ato religioso inválido.

As declarações não são verdadeiras ou falsas como as afirmações. São válidas ou inválidas, segundo a pessoa que as faz. O sacerdote de um casamento não poderá dizer mais tarde que realmente não queria dizer o que declarou, sem sofrer as consequências de um atuar inconsistente. A pessoa a quem se outorgou a autoridade para fazer uma determinada declaração deve, comumente, cumprir com certas normas para poder fazê-la.

### **A declaração do “não”**

O não, é uma das declarações mais importantes que um indivíduo pode fazer. Nela assenta-se tanto a sua autonomia como a sua legitimidade como pessoa e, portanto, é a declaração que em maior grau compromete a nossa dignidade.



### **A declaração de aceitação: o sim**

O mais importante em relação ao sim ou ao seu equivalente - aceito -, é o compromisso que assumimos ao dizê-lo. Quando ele ocorre, colocamos em jogo o valor e o respeito de nossa palavra. Poucas coisas afetam mais seriamente a identidade de uma pessoa do que esta dizer sim e não atuar coerentemente com tal declaração.

### **A declaração de ignorância**

Muitas vezes parece que “dizer não sei” é uma declaração sem a maior importância. Porém, um dos problemas cruciais da aprendizagem é que muito frequentemente, não sabemos que não sabemos. E, quando isto ocorre, simplesmente fechamos as possibilidades, evitando, assim, um espaço para novas aprendizagens. “Dizer não sei” é o primeiro elo do processo de aprendizagem. “Sei que não sei e estou aberto ao aprender”. “O não sei” representa uma das forças motrizes mais poderosas no processo de transformação pessoal e de criação de quem somos.

### **A declaração de gratidão**

Desde criança ensinam-nos a dizer obrigado, mas nem sempre reconhecemos tudo o que contém essa pequena declaração. Quando alguém cumpre com satisfação, aquilo a que se havia comprometido conosco, e dizer “obrigado”, estamos não apenas a registrar a satisfação por tal cumprimento, como também, a construir a nossa relação com essa pessoa. Esta relação pode, inclusive, ser prejudicada, se não declaramos o nosso agradecimento.

### **A declaração de perdão**

É o reverso do agradecimento. Quando não cumprimos com aquilo a que nos comprometemos, ou quando os nossos comportamentos causam danos a outros, cabe-nos assumir tais responsabilidades. A forma de o fazermos é dizer “perdão”. Dizer “perdão” ou “eu te perdoo”, são ambos extraordinariamente importantes, sendo necessário não subestimar o primeiro no segundo. Mantê-los separados permite reconhecer a eficácia de pedir “perdão”, independentemente da resposta que se obtenha do outro.





### **Falar e escutar**

Subestimamos o papel e a importância do escutar no processo da comunicação humana. De acordo com o senso comum, o falar é percebido como o lado ativo da comunicação, enquanto o escutar é o seu lado passivo. Atribuimos grande importância ao quê e ao como se fala. Mas esquecemo-nos que falamos para sermos escutados. Supomos que, ao falar clara e objetivamente, caso isso fosse possível, a mensagem será recebida dessa maneira. Na base dessa suposição, reside a ideia segundo a qual “transmitimos mensagens”: o orador emite e o recetor recebe a mensagem tal e qual. Esta interpretação da comunicação como transmissão de mensagens é antiga, baseada em posições de autoridade e posse do saber e desconsidera a biologia e a psicologia humana.

### **Uma nova compreensão para a comunicação humana**

Ao nascer, cada pessoa integra-se num mundo de histórias, crenças, costumes e linguagem pré-estabelecidas. Cada um de nós é um ser social e histórico, que vive num momento e lugar definidos. Como seres históricos, dispomos de distinções que nos permitem fazer certo tipo de observações e não outras. Esta condição, porém, não é imutável: todo indivíduo é capaz de mudar o observador que é; de gerar novas e mais poderosas distinções; de aprender e inovar; de participar da criação de novas práticas sociais; de transformar a realidade tanto no que se refere a seu “vir a ser” pessoal, como em relação às instituições e à convivência na sociedade.

O ato de escutar é sempre ativo, pois, ao fazê-lo, geramos um mundo de interpretações. Não há que escutar sem interpretar. Mesmo quando escutamos apenas sons, interpretamos. O mesmo se dá quando apreciamos uma obra de arte, em silêncio.



### Atividade n.º 14

Por favor coloque em ( ) V=Verdadeiro ou F=Falso

- ( ) O processo de check-out é desencadeado quando o hóspede, dá entrada no hotel e levanta a chave na receção. Nesse processo, é mantido o último contato do hóspede com o Hotel, talvez o que mais regista na sua memória. Por essa razão, deve-se dar muita atenção a cada uma das tarefas específicas.
- ( ) O controlo das chaves manual, obriga o rececionista a um cuidado especial quando da liquidação da fatura no momento do check-out, solicitando ao cliente a chave do quarto, dado o risco que representa a chave ser levada pelo cliente.
- ( ) Muitos hóspedes colecionam «recordações» dos hotéis visitados, ou querem demonstrar aos seus amigos ou familiares que estiveram hospedados num estabelecimento famoso, deve-se ter cuidado para que não levem como recordação objetos valiosos.
- ( ) As organizações funcionam com base na integração das atividades e iniciativas de indivíduos e equipas. Uma das formas de produzir esta integração é organizar os processos de comunicação externa, já que para trabalhar, as pessoas estão sempre em segunda linha nas suas ações em relação às ações das outras.



## 4. Reclamações

### 4.1. Atitudes a adotar em caso de reclamação

A importância da reclamação do cliente

“Um cliente é a visita mais importante da nossa casa.  
Ele não depende de nós. Nós é que dependemos dele.  
Ele não é uma interrupção do nosso trabalho, é o objectivo dele.  
Não fazemos favor nenhum em servi-lo.  
Ele é que nos faz um favor dando-nos essa oportunidade.”  
(Mahatma Gandhi)

Partindo da afirmação de Mahatma Gandhi, facilmente se conclui que o cliente é considerado como a figura mais importante de uma empresa.

Assim sendo, o objetivo de qualquer empresa será corresponder e satisfazer as necessidades e expectativas dos seus clientes. “Olhar para onde o cliente olha” deve ser o primeiro passo para prestar-se um serviço adequado às necessidades de quem compra. Contudo, poderão, ocasionalmente, existir reclamações por parte do cliente. No entanto, apesar de “reclamação” ser uma palavra com conotação negativa para qualquer empresa (afinal, nenhuma empresa gosta de receber reclamações, principalmente de clientes), deve ser encarada como um método de obtenção de informações.

Ou seja, através da reclamação, a empresa poderá destacar a(s) área(s) que deve(m) merecer especial atenção, de forma a serem aperfeiçoadas, poderá identificar os procedimentos que causam transtorno ao cliente e, acima de tudo, desencadear mudanças positivas para a própria empresa (tomando atitudes de correção e melhoria diante das reclamações).

Desta forma, talvez fosse mais positivo encarar “reclamação” como “feedback”. Até porque, clientes que reclamam são clientes que se preocupam!



### O que é a reclamação?

Segundo o Grande Dicionário da Língua Portuguesa - Porto Editora 200, é:

Ato ou efeito de reclamar

Protesto

Queixa

Reivindicação ou exigência.

Na receção e atendimento ao cliente, espere por situações de elevado stress. Neste caso, a atitude enquanto interage com um cliente insatisfeito vai determinar o caminho a ser seguido e, se o cliente vai acalmar-se ou não.

As reclamações são de uma importância significativa para as relações positivas entre cliente e empresa, sendo através delas que se consegue descobrir as falhas em áreas ou setores que precisam de melhorar, e muitas vezes não são percebidas dentro da própria empresa. Conscientes dos erros, e corrigidos rapidamente, a empresa ganha uma grande oportunidade para conquistar a fidelidade de um cliente, este, passa a confiar nela, já que muitas empresas não tratam adequadamente as reclamações.

Além do mais, o cliente está a fornecer uma informação valiosa, concedendo uma nova possibilidade para melhorar, a qual não pode ser desperdiçada, já que são pouquíssimos os clientes insatisfeitos que reclamam, permanecendo a maioria silenciosos, mas procurando novas alternativas em outras unidades hoteleiras.

Saber lidar com clientes insatisfeitos traz benefícios para ambos os lados sendo necessário alguma prática, tais como:

- Mantenha sempre a calma. Quando o cliente estiver alterado ou muito exigente, você pode instintivamente mudar o humor. Mas lembre-se, o cliente não está com raiva de si, mas do produto ou serviço da empresa. Permanecer calmo é o primeiro passo perante um cliente irritado ou difícil. A falta de calma pode complicar ainda mais uma situação já tensa;
- Ouça o cliente. Quando as pessoas estão irritadas, muitas vezes elas só querem alguém para ouvir as suas queixas. Tente não interromper o cliente enquanto ele relata a situação. Mantenha contacto visual e mostre atenção, deixe transparecer que está seriamente empenhado nas queixas. Tome nota dos problemas se for o caso;



- Demonstre que compreendeu o problema do cliente. Repita objetivamente o problema do cliente para que ele confirme e perceba que foi compreendido. Se você sentir que não entendeu inteiramente a reclamação, pergunte o que for necessário;
- Peça sinceras desculpas ao cliente pelo transtorno causado se a reclamação for válida. Assuma a responsabilidade pelo ocorrido e garanta ao cliente que vai trabalhar para encontrar uma solução satisfatória caso isso não possa ser feito de imediato;
- Caso uma solução não esteja disponível, ofereça alternativas ao cliente e tente construir em parceria com ele uma resolução saudável para o problema. Trabalhe juntamente com o cliente uma solução que o faça sentir-se respeitado e importante para empresa.

#### Dez sugestões para lidar com reclamações dos clientes

1. Deixe o cliente falar. Quando alguém está zangado ou aborrecido, é conveniente deixá-lo desabafar. Essa atitude também indica ao cliente que o rececionista esta disposto a ouvi-lo;
2. Diga que sente muito pelo ocorrido. Isso não significa admitir que você ou a empresa estão errados, mas que você sente que o cliente pensa ser esse o caso do erro;
3. Ouça com atenção. Mostre que está a ouvir; para conferir a sua compreensão, repita o que foi dito;
4. Examine os fatos sabendo fazer perguntas. Procure chegar ao cerne da questão. Muitas vezes pode haver mais que um problema, assegure-se de examinar todos. Lembre-se de que nem sempre o cliente os relata por ordem de importância;
5. Mantenha a mente aberta. Não faça suposições;
6. Não discuta, tão pouco fique na defensiva. Concentre-se na situação, não nas personalidades;
7. Tente descobrir que solução o cliente deseja. Ele quer o seu dinheiro de volta, quer ter um preço mais baixo, um desconto no preço? Procure basear-se na ideia e sugestões do cliente;



8. Concentre-se no que pode e explique o que não pode fazer. Por exemplo: “Posso conseguir que o técnico venha amanhã arranjar o quarto. Hoje não será possível porque todo pessoal capacitado já saiu”;
9. Não imponha uma solução. É preciso encontrar uma solução que seja aceitável para o cliente;
10. Faça sempre um resumo e verifique se o cliente entendeu e concorda. Muitas vezes é conveniente mandar uma carta com o que foi acordado.

### *4.2. Cuidados a ter com o Livro de Reclamações*

O livro de reclamações está implementado em muitos países, mas nem todos o têm como obrigatório. No entanto, recomenda-se que o hotel disponha de livro de reclamações porque isto favorece sempre a tomada de conhecimento das reclamações que os hóspedes tenham a fazer e o melhor que podemos fazer para as corrigir.

#### **O que é e para que serve?**

O livro de reclamações é um dos meios mais práticos e comuns para o consumidor apresentar queixa. Quando algo não corre bem na prestação de um serviço ou na compra de um produto, o consumidor pode solicitar este livro e reclamar logo nesse local, sem nenhum encargo. Mesmo que a entidade a quem a queixa é enviada já não possa solucionar o problema, esta forma de reclamar pode ajudar a evitar que outros cidadãos sejam prejudicados pelas mesmas razões.

#### **Como funciona?**

A reclamação é registada no livro em triplicado. O responsável do estabelecimento entrega ao cliente o duplicado da queixa e deve de imediato enviar a sua cópia à direção para a apreciar. O consumidor pode proceder também ao envio da queixa para aquela entidade, para se assegurar de que esta chega ao destino. Uma terceira cópia da reclamação permanece no livro, não podendo dele ser retirada. Depois de analisar o que foi escrito, o competente deve responder ao hóspede dizendo o que tem a dizer sobre a referida reclamação. Quando a legislação obrigue há que cumprir com as formalidades que a lei estabeleça.



### **Como preencher a reclamação?**

Para que tudo corra bem, convém preencher com cuidado. Há algumas regras que o cliente deve utilizar:

Usar sempre uma esferográfica (para que a queixa não possa ser apagada) e escrever de forma legível. Se achar necessário, faça um rascunho numa folha à parte, para que a reclamação final seja o mais concisa e objetiva possível.

Depois de indicar qual o estabelecimento ou serviço em causa (nome e morada), identifique-se corretamente (com o seu nome, morada e número de documento de identidade ou de passaporte) e refira os motivos que conduziram à reclamação, bem como a data e a hora em que fez a queixa.

Guardar toda a documentação que comprove o objeto da reclamação (tais como faturas, contratos, brochuras, fotografias, etc.), bem como a cópia da queixa a que tem direito. Procure também obter o testemunho de quem possa comprovar aquilo que alega.

### **À vista de todos**

Coloque um cartaz “Este estabelecimento dispõe de livro de reclamações”

Sempre que o livro de reclamações lhe seja solicitado, o proprietário do estabelecimento não deve exigir a apresentação de qualquer documento de identificação como condição para o apresentar sempre que o cliente seja hóspede ou tenha utilizado serviços do hotel.



### Atividade n.º 15

Por favor coloque em ( ) V=Verdadeiro ou F=Falso

- ( ) Ou seja, através da reclamação, a empresa poderá prescindir do cliente que lhe merecer menor atenção, utilizando formas aperfeiçoadas, que poderá identificar os procedimentos que causam transtorno ao cliente e, acima de tudo, desencadear mudanças positivas para a própria empresa (tomando atitudes de correção e melhoria diante das reclamações).
- ( ) As reclamações são de uma importância significativa para as relações positivas entre cliente e empresa, sendo através delas que se consegue descobrir as falhas em áreas ou setores que precisam de melhorar, e muitas vezes não são percebidas dentro da própria empresa.
- ( ) O livro de reclamações é um dos meios mais práticos e comuns para o consumidor apresentar queixa. Quando algo não corre bem na prestação de um serviço ou na compra de um produto, o consumidor pode solicitar este livro e reclamar logo nesse local, sem nenhum encargo, mas a empresa deve renunciar à sua entrega se o cliente o pedir.





# Bibliografia

ABBOT, Peter; LEWRY, Sue, *Front – Office – Procedimentos e Competências na Gestão do Atendimento e Recepção*, Edições Cetop, 2005.

FERNANDES, Artur, *Qualidade de Serviço pela Gestão Estratégica, Empresa Inteligente*, Editora Pergaminho, Lda., 2000.

JANEIRO, Joaquim António, *Guia Técnico de Hotelaria*, Edições Cetop, s.d.

LÓPEZ GARCIA, Socorro, *Recepción y Atención al cliente*, 1ª Edição, Madrid, Hosteleria Y Turismo, Paraninfo, 2000.

MATA, Américo, *Dicionário de Terminologia Hoteleira – Front-Office*, Editora Perfácio, 2000.

MATA, Américo, *Front Office – Operação e Gestão*, Lisboa, Prefácio, 2003.

MATA, Américo; MARQUES, Albano, *Manual de Hotelaria – Política e Procedimentos*, 2ª edição, Thex Editora, 2004.

PAUL, V.; JONES, C., *Manual de Operações de Alojamento na Hotelaria*, s.d.

PÉREZ, Luís Di Muro, *Manual Prático de Recepção Hoteleira*, Editora Roca, 2001.

QUINTAS, Manuel Ai, *Tratado de Hotelaria*, INFT, 1988.

QUINTAS, Manuela, *Organização e Gestão Hoteleira*, Lisboa, Oteltur, 2006.

TORRE, Francisco de la, *Administração Hoteleira – Parte I Departamentos*, São Paulo, Editora ROCA, 2001.



