

# 3438

## Acolhimento e Check-In dos Clientes

**Catarina Ribeiro**  
**Janeiro 2022**

Saber é Fácil, Lda.

Cofinanciado por:



# Índice

---

Condições de utilização do manual.....	1
Conteúdos Programáticos .....	1
Capítulo 1 – Postura e apresentação na receção .....	2
Capítulo 2 – Relacionamento interpessoal .....	5
Capítulo 3 - Técnicas acolhimento e atendimento de clientes .....	11
Capítulo 4 – Registo e atribuição dos quartos.....	18
Capítulo 5 – Formas de pagamento .....	23
Capítulo 6 – Informação sobre os serviços ou eventos prestados pelo estabelecimento .....	28
Bibliografia.....	31

# Condições de utilização do manual

---

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

Pretende-se que no final da ação os/as formandos/as consigam:

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

## Conteúdos Programáticos

---

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

# Capítulo 1 – Postura e apresentação na receção

---

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

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

A receção engloba, pois:

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

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

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

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

- Respeito pelo cliente;
- A imagem da empresa.

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

## **Aparência**

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

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

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

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

- Vocação para servir
- Bons modos
- Bom administrador do seu trabalho
- Senso comum e adaptabilidade
- Simpatia e cortesia
- Diplomacia

- Responsável e honesto
- Entusiasta
- Respeitar os outros
- Raciocínio rápido
- Exato nas respostas
- Pontual
- Cuidadoso com a aparência
- Cultivar o intelecto
- Segurança sobre si mesmo
- Ser conhecedor das técnicas e métodos a utilizar

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

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

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

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

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

Cofinanciado por:



# Capítulo 2 – Relacionamento interpessoal

---

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

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

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

## 1. Cortesia

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

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

- Cumprimento:

A iniciativa do cumprimento deve ser do rececionista ou da pessoa que atende o cliente. Utilize o cumprimento adequado para o horário do atendimento: “bom dia”, “boa tarde”, “boa noite”.

Responda sempre ao cumprimento do cliente, caso ele o faça primeiro.

- Tratamento:

Como foi visto, o tratamento adequado ao atendimento é o formal. Todos os clientes devem ser tratados por senhor ou senhora independentemente da

idade. Se o cliente se apresentar com o título como: “doutor”, “professor”, “engenheiro”, etc., o rececionista deve utilizá-lo quando se dirigir a ele.

- Expressões:

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

## **2. Colocação da voz;**

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

Neste domínio devemos levar em conta os seguintes aspetos:

- A velocidade:

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

- O volume:

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

- O timbre:

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

- A entoação:

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

### **3. Atitudes gestuais;**

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

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

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

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

- Expressão facial:

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

- Movimento dos olhos:

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

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

- Movimentos da cabeça:

Tendem a reforçar e sincronizar a emissão de mensagens.

#### **4. Saber ouvir;**

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

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

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

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

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

#### **Atitudes que favorecem a comunicação e o relacionamento interpessoal**

1. Empatia;
2. Adaptabilidade;
3. Autocontrolo;
4. Tolerância à frustração;
5. Força de vontade;

Cofinanciado por:



6. Energia;
7. Sociabilidade.

## **1. Empatia**

É a faculdade de se colocar no lugar do interlocutor, de sentir o que ele sente.

É a faculdade de entrar no mundo do outro, procurando compreender o que ele vive e o que ele sente, sem se deixar dominar pela tendência natural de avaliar as ideias dele, em função dos nossos próprios sentimentos ou valores.

Esta atitude implica, por parte do profissional, uma boa capacidade de escuta.

Ser empático é compreender, sem necessariamente estar de acordo.

Ser empático é mostrar ao interlocutor que o compreendemos.

Comportamentos que bloqueiam a empatia:

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

## **2. Adaptabilidade**

O profissional que atende o público tem que se colocar à altura do seu interlocutor. O contacto com pessoas diferentes exige comportamentos e linguagens diferentes.

Deve ter-se cuidado no tratamento das pessoas.

### **3. Autocontrolo**

O profissional não deve permitir que os seus sentimentos e emoções negativas, assim como os seus juízos interfiram na relação com o cliente.

Se, anteriormente, o cliente foi mal-educado ou incorreto para com o profissional, na próxima vez que o atende, deverá fazê-lo como se nada se tivesse passado e ser delicado e respeitoso.

### **4. Tolerância à frustração**

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

### **5. Força de vontade**

Se nalgum momento, durante o dia, o trabalho não correu tão bem como esperava por razões que lhe são estranhas e não pode controlar (falta de um colega) não se deixe abater.

Trabalhe mais e lide naturalmente com a situação reagindo e respondendo adequadamente ao cliente.

### **6. Energia**

Não manifeste lentidão, nem na linguagem verbal, nem nos gestos.

Mostre-se uma pessoa de ação, enérgica e dinâmica. Informe-se, dê soluções e apresente propostas.

### **7. Sociabilidade**

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

Deve ser sensível às relações humanas e aos problemas dos outros.

Deve gostar e sentir-se bem, por ajudar os outros e satisfazer as suas necessidades.

# Capítulo 3 - Técnicas acolhimento e atendimento de clientes

---

## Condições de estadia e acordos prévios

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

Os tipos diferenciam-se por:

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

### Tipos de quartos

- Single/Individual – quartos com uma cama para uma pessoa;
- Double/Duplo - quarto com cama de casal;
- Twin – duas camas de solteiro;
- Triplo/Quadruplo – quarto com três ou quatro camas;
- Suite – quarto com sala.

### Modalidade de alojamento

- Alojamento:

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

- APA - alojamento e pequeno-almoço

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

- MP – meia - pensão

Compreende a refeição principal (almoço ou jantar) dentro do mesmo período e pequeno-almoço no dia de partida + alojamento.

- PC – pensão – completa

Alojamento + pequeno-almoço, almoço e jantar.

### Tarifas

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

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

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

- Tarifa de balcão ou normal:

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

- Tarifa de alta e de baixa temporada:

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

- Tarifa comercial

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

- Tarifa para hóspedes habituais

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

- Tarifa familiar

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

- Tarifa promocional

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

- Pacotes

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

### Allotment

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

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

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

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

### **Condições de pagamento**

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

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

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

Esta garantia pode ser feita de duas formas:

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

### Modalidades de pagamento

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

- Moeda nacional;
- Moeda estrangeira;
- Cartões de crédito;
- Vouchers.

## **Clientes com e sem reserva, individuais ou em grupos**

### Hóspedes com reserva

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

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

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

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

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

### Hóspedes sem reserva

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

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

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

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

acompanham a qualidade dos serviços e que o cliente sempre procura a melhor qualidade pelo melhor valor.

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

### Check-in de hóspedes com necessidades especiais

Quando estes tipos de hóspedes chegam à receção, deve-se oferecer toda a ajuda possível, prestando sempre muita atenção em todo o processo, sobretudo no acompanhamento ao quarto.

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

### Check-in de hóspedes VIP

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

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

### Check-in de grupos

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

Antes do check-in

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

#### Durante o check-in

- Dar as boas-vindas ao grupo e comunicar-se com o responsável ou coordenador;
- Registrar todos os integrantes ou completar o pré-registo;
- Designar os quartos correspondentes;
- Solicitar os vouchers (no caso de um grupo turístico);
- Distribuir a bagagem correspondente;
- Abrir as contas correspondentes.

# Capítulo 4 – Registo e atribuição dos quartos

---

## **Registos de reserva**

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

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

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

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

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

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

### Procedimentos durante o check-in

- O cliente deve ser amavelmente cumprimentado à chegada, com um sorriso.
- Perguntar se tem reserva;
- Se eventualmente não encontrar a reserva, não informar o hóspede desse facto e perguntar apenas se a reserva era particular ou de empresa, e qual a empresa.
- Deve haver contacto visual.

- O total de procedimentos não deve ultrapassar os cinco minutos.
- Ao entregar o cartão ou a chave, dizer: “desejamos uma boa estadia e estamos ao dispor para ajudá-lo.”
- Fazer o serviço com amabilidade e simpatia, mas sem familiaridade ou formalidade.

### Atribuição de quartos

Os quartos não são reservados por número, mas por tipo e categoria, de modo que a sua designação é feita no check-in, ou no momento da reserva.

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

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

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

### Acompanhamento ao quarto

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

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

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

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

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

### Manutenção de contas

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

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

Tipos de contas:

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

### **Key pass**

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

- O nome do cliente
- O número do quarto
- Número de pessoas que o ocupam
- Modalidade de hospedagem

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

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

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

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

### **Fichas de cliente**

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

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

- Quarto ocupado;
- Tarifa e plano de hospedagem;
- Desconto (se houver);
- Diferenciação de maiores e menores;
- Saída prevista;
- Dados referentes à entrada (dia, mês, ano, hora);
- Número habitual de cliente (caso o seja);

Cofinanciado por:



- Pessoa ou intermediário que realizou a reserva;
- De quem se devem cobrar os serviços oferecidos;
- Que serviços devem ser cobrados;
- Todas as observações consideradas importantes.

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

Estas informações, hoje em dia, são todas informatizadas.

### Registar os dados no computador

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

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

## Capítulo 5 – Formas de pagamento

---

### **Cartões de crédito**

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

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

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

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

- Perguntar delicadamente ao hóspede de que cartões é titular;
- Verificar se o cartão está dentro do prazo de validade;
- Anotar o número de autorização e nome da pessoa que autoriza;
- Verificar se a data do cartão é a mesma do dia da cobrança e se a assinatura confere com a do cartão;
- Ao passar o cartão na máquina, verificar se esta é própria do cartão;
- Não esquecer o cartão na máquina;
- O valor do impresso deve ser igual ao da conta liquidada (não é permitido incluir valores de gratificação, numerário, etc.);

### **Voucher**

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

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

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

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

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

#### Dados que devem constar no voucher

- 1) Nome da agência, morada, telefone e código postal;
- 2) Nome, morada e telefone do fornecedor de serviços;
- 3) Número de expediente e referência de reserva;
- 4) Logótipo da agência;
- 5) Nome e apelido do cliente (se for um voucher por exemplo para um hotel cá em Portugal, basta o nome e apelido do titular da reserva) e número de pessoas abrangidas pelo voucher;
- 6) Detalhe dos serviços contratados;
- 7) Selo da agência e assinatura do agente que emite o voucher;
- 8) Nome da pessoa e entidade que nos confirmam a reserva;
- 9) Responsável pelo pagamento dos serviços ao fornecedor.

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

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

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

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

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

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

Os vouchers mais correntes são:

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

<b>LOGO EMPRESA</b> Nome Empresa		<b>VOUCHER: 00005544</b> 02/03/2009
<b>TO: HOLIDAY IN</b> <b>ADDRESS: 3501 31TH AVENUE</b> <b>CITY: BOSTON</b>		<b>TEL: 555555555555</b> <b>COUNTRY: UNITED STATES</b>
Please provide accommodation for our client: <b>DA SILVA/JOÃO MR</b>		
<b>ADULT(S): 01</b>	<b>TYPE OF ROOM: 01 SGL</b>	
<b>CHECK IN: 10/OUT/2009 10:00</b>		<b>NIGHT(S): 3</b>
<b>CHECK OUT: 13/OUT/2009 10:00</b>		
<b>CONFIRMATION NUMBER: PPP00000</b>		
EMPRESA TURISMO LTDA - Rua teste 1000- Centro - Belo Horizonte - MG - CEP: 30000-041 - BRAZIL Tel: +55-31-000-0000- Fax: +55-31-0000-0000- www.empresa.com.br - empresa@empresa.com.br		
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"><div>MEMBRATUR</div><div></div><div></div><div></div></div>		

## Traveller cheque

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

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

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



Cofinanciado por:

## Moeda estrangeira

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

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



Cofinanciado por:



## Capítulo 6 – Informação sobre os serviços ou eventos prestados pelo estabelecimento

---

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

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

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

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

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

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

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

Neste sentido, a receção deve estar munida do maior número de informações possível para prestar aos clientes, desde o custo do envio de uma carta para o estrangeiro, até a melhor forma de contratar um alfaiate particular, passando por horários de missas dos diversos credos religiosos e localização das respetivas igrejas.

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

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

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

#### Informação sobre os serviços do hotel

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

#### Os quartos

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

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

#### Todos os serviços do hotel

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

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

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

# Bibliografia

---

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

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

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

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