

Material Imprimible

Curso Asistente de hotelería

Módulo El departamento de recepción y sus funciones

**Contenidos:**

- Forma y organización del departamento de recepción
- Funciones que el departamento de recepción desempeña dentro del marco hotelero
- Mecanismo general de las reservas. Aspectos clave

## **Organización del sub departamento de recepción**

Seguramente han escuchado en algún momento de “su vida hotelera” la expresión “*Front Office*”. Para nuestro curso, el *front office* contendrá principalmente a todos los departamentos o sub departamentos que tienen un trato “cara a cara” con el cliente.

A este grupo del *front office* corresponde el departamento de recepción, incluyendo a la caja y al mostrador, o *front desk*.

Se debe considerar que, según el tipo y el estilo del hotel, el aspecto físico de la recepción es muy variable. Los aspectos que resultan importantes en su organización y que son puramente físicos se describen a continuación.

Podemos mencionar en primer lugar a la entrada principal, ya que no solo tiene un papel funcional, sino que también debe crear una impresión atractiva, puesto que el huésped acostumbra a valorar las condiciones totales con respecto al cuidado y a la higiene del hotel de acuerdo con la primera impresión que recibe.

El aspecto y el estado de la entrada son muy importantes, dado que esta primera impresión sirve al huésped para calificar las costumbres y el ambiente que, posiblemente, hay en el interior del edificio.

También podemos nombrar al vestíbulo y *hall*. El vestíbulo enlaza y comunica con la entrada y sirve como lugar de concentración y acogida de los huéspedes.

Aquí se encuentran todos los servicios de recepción:

- El mostrador, la conserjería, la caja, los teléfonos, etc.
- La zona de llegada de los ascensores.
- La guardarropía y los servicios sanitarios.
- El movimiento de equipajes.
- Una galería comercial o alguna tienda

El espacio debe ser suficientemente amplio para que exista la posibilidad de que se reúna aquí un grupo turístico mientras tramita su registro y la distribución de su equipaje.

Por su parte, en el *hall* se necesita:

- Un espacio suficiente
- Una buena iluminación

- Un grupo de asientos cómodos para facilitar reuniones y conversaciones.
- Una zona con material de escritura y de lectura
- Una zona en donde el cliente pueda conectarse con su portátil o su tableta

En los hoteles más modernos, el *hall* se combina con un espacio dedicado al bar, con el que el aprovechamiento del espacio es más eficiente y, al mismo tiempo, se le ofrece al cliente un servicio adicional.

De igual manera, podemos mencionar el mostrador de recepción, que acostumbra a incluir distintas actividades, todas complementarias, que deben estar bien señalizadas para que el cliente las pueda encontrar con facilidad. Además, se necesita personal especializado en cada caso.

El mostrador de recepción generalmente está situado al lado o delante de la puerta principal donde pueda ser más visible y asequible al cliente que entra al hotel.

Bien. El grupo de departamentos, que, por el contrario, no posee trato con el cliente “cara a cara”, comprenderá el *back office* del hotel, en donde se halla el departamento de reservas y cuentas corrientes.

Recordemos que, como aprendimos anteriormente, todos estos puestos de trabajo estarán definidos de manera o no según la categoría del establecimiento hotelero, el volumen de reservas que se operen para el hotel y sus dimensiones en cuanto a la capacidad.

A su vez, la **recepción** posee una estrecha relación con otras áreas y departamentos del hotel.

Por ejemplo, con la Dirección, ya que debe mantenerla informada para que esta pueda tomar las decisiones necesarias para llevar adelante con éxito el negocio.

Con el ama de llaves o gobernanta la vinculación es fundamental para que las habitaciones y los pisos se encuentren disponibles para alojar al huésped a su llegada.

Otro sector que requiere normalmente de la recepción es el departamento de Alimentos y Bebidas, ya que muchas veces se utiliza al personal de recepción para realizar los pedidos de almuerzos, cenas y/o comidas en general.

Asimismo, el departamento de mantenimiento trabajará junto con la recepción del hotel para solucionar las fallas o averías que se presenten en alguna habitación y/o áreas comunes del establecimiento.

De igual manera, tendrá relación con la administración, puesto que será la encargada de controlar las operaciones y cobranzas realizadas por la recepción, como así también le requerirá los informes para conocer y realizar una proyección de ingresos según las ocupaciones a corto, mediano y largo plazo.

Por último, la recepción tendrá relación con el área de seguridad, si la misma tiene existencia en el hotel.

El binomio reservas/recepción se rige por unos principios para su mejor desempeño, que enumeramos y explicaremos a continuación:

- Ser la primera imagen de referencia del hotel para con el cliente
- Conocimiento exhaustivo de la oferta, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo, es decir, conocer el número exacto de habitaciones y sus características particulares
- Conocer la política del abanico de tarifas y en qué situaciones se utiliza cada una
- Tener en claro los contratos y condiciones con agencias, tour operadores, y otros intermediarios del sector
- Estandarización del proceso de reservas
- Verificación en la toma de datos
- Conocer la disponibilidad de las habitaciones en una fecha determinada.
- Obtener datos estadísticos para la toma de decisiones de la gerencia y/o información para el sector público, como municipios, ministerios provinciales, nacionales, etc.

El primer principio considera el **trato con el cliente**, y diremos que la hospitalidad, la amabilidad y la cortesía deben ser los pilares en que basemos la atención y trato al cliente. Hay algunas reservas que serán tomadas directamente por los intermediarios del sector; por ejemplo, una agencia de viajes. Aquí hay que considerar que el cliente ya tuvo contacto con nuestra empresa a través del intermediario, por lo que puede ser trascendente a la hora de formar las expectativas del huésped en cuestión.

Por dicho motivo es muy importante realizar una vinculación con los intermediarios a fin de que sepan y tengan muy bien aclarados en qué consisten los servicios que brinda el hotel para no generar falsas expectativas.

El segundo principio de las reservas y la recepción indica que el departamento de recepción debe poseer un **conocimiento exhaustivo de la oferta**, y con esto nos

referimos a que cualquier persona que tenga posibilidad de tomar una reserva, deba conocer en profundidad la oferta que tiene el establecimiento hotelero.

Esto significa que no alcanza con saber cuántas y cómo son las habitaciones, sino que en la recepción o *front desk* se deben conocer datos adicionales sobre las circunstancias que puedan llegar a plantear los huéspedes.

Por ejemplo, una familia realiza una reserva compuesta por cinco personas, y solo tenemos habitaciones dobles. Aquí deberemos saber la mejor manera de combinarlas. Asimismo es necesario conocer la hora exacta que van a realizar el *check out*, ya que este dato adicional, bien coordinado con el área de habitaciones y pisos, hará que una habitación pueda ser vendida mucho más rápido.

Si estos pilares están bien coordinados entre sí, podremos utilizar con tranquilidad la estrategia de *overbooking*, es decir, trabajar con un número mayor de reservas que la capacidad del establecimiento.

Tengamos en cuenta que muchos huéspedes realizan reservas por medios electrónicos y/o telefónicos y luego no se presentan en el establecimiento para llevar a cabo su estadía. Por lo tanto, si sabemos estadísticamente cuántos de estos casos tenemos en el histórico del hotel, podremos utilizar ese porcentaje promedio para realizar el *overbooking*. Retomaremos y profundizaremos este concepto en el último punto del módulo.

El tercer principio del binomio reservas/recepción manifiesta que las personas que desarrollen tareas en la recepción o en el área de reservas deberán **conocer la totalidad de las tarifas** que se manejan en el establecimiento. A continuación abordaremos las más frecuentes, es decir, las que generalmente se utilizan en un hotel promedio.

Se denomina tarifa oficial o *rack rate* a aquella tarifa que paga el turista común y particular por el uso de las instalaciones del hotel por una noche. A partir de la tarifa oficial se calculan el resto de las tarifas enumeradas.

Por ejemplo, la tarifa bono, o también conocida como tarifa promocional, es la que se utiliza para potenciar los días en que el hotel prevé que la ocupación será baja. Tal es el caso de los establecimientos hoteleros que albergan en su mayoría a clientes de negocios durante la semana, y carecen de ese volumen de ocupación los fines de semana. Por lo que, para esos días de bajo movimiento, el hotel puede bajar sus valores y así recuperar esa venta.

La tendencia desde hace un par de años es realizar las contrataciones en páginas de descuentos en donde se ofrecen este tipo de tarifas promocionales, para ser usado en los períodos de “temporada baja”.

Por su lado, la tarifa contrato agencia de viaje/tour operador o intermediario turístico es la que se pacta en general con las agencias de viaje y quienes arman paquetes turísticos. Esta es una tarifa menor que la tarifa oficial debido a que el esfuerzo de la venta la realizará un tercero, y además, el intermediario, en este caso, utiliza un gran número de habitaciones para armar lo que conocemos como paquete turístico.

Hay casos en que una agencia o intermediario solo requiera una habitación para un pasajero particular, por lo que generalmente ocurre que se le otorga una comisión a la agencia sobre la tarifa de mostrador.

La tarifa corporativa, en cambio, es la tarifa que se le hará a las empresas que alojen a sus directivos o colaboradores por motivos de negocios, fomentando un número atractivo de reservas a lo largo del año, ya sea por la frecuencia de los viajes de su personal o por la cantidad de los mismos.

Asimismo, se denomina tarifa siesta a la que se le cobrará a una persona que no pernocte en el hotel, es decir, que solo utilice las instalaciones por unas horas. Dicha tarifa es frecuente en los viajes de negocios.

También existe la tarifa para tripulación de las líneas aéreas, la que no merece demasiada explicación.

Como así tampoco merece explicación la tarifa para jubilados, cuyas nominaciones describen claramente su carácter.

La tarifa de grupos, por su parte, es una tarifa especial que se otorga cuando se contratan los servicios del hotel para más de diez turistas que viajan juntos y con un guía o coordinador.

Un claro ejemplo de esta tarifa es la que se le otorga a los huéspedes cuando en el destino en cuestión se lleva a cabo un congreso, convención o seminario; por lo tanto, todas las personas que se acrediten en el evento podrán contratar el hotel a un precio especial. Por

ejemplo, cuando se realizan los congresos de alguna especialización médica como son la pediatría, psiquiatría, etc.; o si en el destino se realiza una feria de productos. En estos casos, desde la organización del evento se le informa a los participantes cuáles son los establecimientos que tendrán estas tarifas.

También encontramos en el abanico tarifario aquella tarifa para organismos públicos. En general, este tipo de organismos se maneja por licitaciones y procedimientos administrativos. Si en el procedimiento se indica que para un determinado cargo jerárquico corresponde alojarlo en un hotel de determinada categoría, seguramente se buscarán tres alternativas y se optará por la que ponga a disposición la menor tarifa.

De igual manera podemos encontrar la tarifa *desk*, que es aquella que podemos conseguir al llegar a un hotel a última hora, y según las circunstancias de ocupación en ese momento.

Por último mencionaremos la tarifa según el tipo de habitación, ya sea single, doble, triple, cuádruple o departamento. Cada una de ellas tendrá un precio según la cantidad de huéspedes que se alberguen en ella. También puede que el hotel tenga habitaciones que posean alguna particularidad, como por ejemplo, antigüedad o vista, y por ello decida realizar alguna diferencia en la tarifa correspondiente.

Bien. El siguiente principio se refiere a la contratación, y podemos manifestar que las **contrataciones** que se produzcan con los diferentes clientes o intermediarios del sector turístico deben ser conocidas por todos los integrantes del establecimiento hotelero que estén en contacto con los sistemas de reservas.

Además, los integrantes del departamento de reservas deben conocer de qué se trata la oferta de productos y servicios ofrecidos por el establecimiento hotelero en lo que respecta a alojamiento y/o comidas, denominado generalmente planes básicos.

Entre los planes básicos más frecuentes podemos enumerar:

- El *European plan*, que es aquel que solo incluye el alojamiento, por lo que cualquier otro servicio que desee el huésped deberá ser abonado.
- El *Continental plan*, en el que se encuentra incluido el alojamiento como en el caso anterior, a lo que se suma el desayuno tipo continental.

- Al referirnos al plan de pensión completa hacemos referencia a que está incluido además del alojamiento, el desayuno, el almuerzo y la cena. También se lo denomina “*full pension*” o “*American Plan*”.
- Lo que comúnmente se denomina media pensión, también es conocido por los turistas como “*Modified American Plan*” difiere de la pensión completa porque solo incluye alojamiento, desayuno y cena.
- El *bed and breakfast*, por su lado, es un tipo de plan que provee al huésped de alojamiento y desayuno. Es una metodología de origen anglosajón y se hizo muy popular en los últimos tiempos en Argentina y en todo Latinoamérica.
- El *family plan*, por su parte, comprende una oferta realizada a la familia, la que permite que los niños hasta doce años puedan compartir la habitación con los padres, sin recargo alguno.
- También existen los planes denominados *fam trip*, que se utilizan exclusivamente para los agentes de viajes e intermediarios del sector. Este tiene como finalidad que los intermediarios conozcan exactamente en qué consiste el servicio que brinda el hotel, es decir, “familiarizarse” con ellos. Generalmente el precio es muy bajo o en determinadas circunstancias es gratuito.
- Por último llegamos al plan *all inclusive*, que se utiliza generalmente en los resort turísticos, sobre todo en la playa. Aquí se le ofrece al cliente un paquete con todo incluido, comidas, bebidas y otros servicios recreativos.

Asimismo, un elemento crucial en cualquier establecimiento hotelero es la **estandarización del proceso de reserva**. Consideremos nuevamente que la reservación de un hotel es el primer contacto que tiene el futuro huésped con el establecimiento, por lo que exigirá una seriedad en el manejo de la misma, ya que la imagen del hotel se puede ver perjudicada por no realizar un procedimiento de reservas adecuado.

Repasemos los datos necesarios para tomar correctamente la reservación:

- En primer lugar, nombre del pasajero. En el caso de que se trate de un cliente corporativo, se tomará el nombre de quien realiza la reserva además del nombre del pasajero
- Luego, fecha de ingreso y fecha de egreso, es decir, *check in* y *check out*
- Finalmente, tipo de habitación y cantidad de pasajeros

Para llevar a cabo un minucioso **control de disponibilidad** es vital que al tomar una reserva, la correcta registración de la misma se vea reflejada inmediatamente en el *planning* o *forecast*.

Se denomina *planning* a la planilla en donde quedan reflejadas las habitaciones disponibles y ocupadas por día. El sistema puede ser manual o computarizado, dependiendo de las dimensiones y el acceso de la tecnología que posea el hotel. Este control sirve además para optimizar las ventas a corto, mediano y largo plazo.

Para la disponibilidad de cada día deberemos tener en cuenta:

- Habitaciones disponibles en el hotel
- Habitaciones ocupadas la noche anterior
- Habitaciones que se prevén desocupar en el día de la fecha
- Habitaciones que deciden alargar su estadía de manera espontánea
- Habitaciones que requieran acortar su estadía
- Reservas previstas
- Cancelaciones de reservas previstas en el día
- Habitaciones que requieren mantenimiento y quedan fuera de servicio
- Reservas que llegan fuera del horario de recepción

Aquí deberemos considerar que una reserva va a generar actividades en los otros departamentos y áreas del hotel, por lo que se debe trabajar articuladamente con dichos sectores para lograr brindarle al cliente una excelente estadía.

Asimismo, cuanto más coordinados trabajen los departamentos, menor será el lugar que tendrán las situaciones de contingencia dentro del establecimiento.

La importancia de la recepción radica en la relevancia que posee el intercambio de información entre los diferentes turnos de trabajo dentro de la misma área, como así también el intercambio de información interdepartamental, es decir, entre diferentes áreas o sectores del hotel. Para tal fin se utiliza el libro de novedades.

Ahora bien. Deberemos tener en cuenta que el establecimiento hotelero deberá realizar la normalización o estandarización en el archivo de documentos referentes a las reservas. Recordemos que las reservas se van generando para el corto, mediano y largo plazo. Esta situación produce una gran cantidad de documentación y registros que debe ser archivada y guardada según los criterios de cada organización, por lo que un escritorio

lleno de papeles amontonados también atentan contra la imagen que quiere brindar el hotel de sí mismo.

Por su parte, el principio de **verificación en la toma de datos** hace referencia a que cada una de las reservaciones debería contar con un soporte o constancia escrita que permita aminorar los errores humanos.

Generalmente por escasez de tiempo muchas reservas se realizan de manera telefónica. En estos casos es una buena práctica realizar un correo electrónico en donde se transcriban los datos acordados con el futuro huésped de manera telefónica, para evitar malos entendidos futuros.

Las reservas pueden provenir de diferentes fuentes, dependiendo de la organización comercial que haya desarrollado el establecimiento hotelero.

Las fuentes de reservas más frecuentes son:

- Tour operadores
- Agencia de viajes
- Centrales de reservas
- Representantes y empresas
- Organismos públicos
- Y finalmente personal del hotel

Acá queremos destacar la importancia que tienen los organismos públicos, las direcciones de turismo o los informadores turísticos en la toma de reservas. Generalmente, estos entes no realizan reservas, sino que les dan a los turistas los medios para que ellos vayan al hotel y allí se realice la operación.

La importancia reside en que dependiendo del trato y la información recibidos, también se puede ganar o perder muchos clientes de manera indirecta, es decir, sin que el turista llegue al hotel. Por esto, es vital para el negocio hotelero mantener una muy buena relación con dichos organismos.

Para concretar una reserva, el turista puede emplear diversos medios:

- Personalmente, cuando el cliente se encuentra en el destino y se acerca al establecimiento para pactar la contratación de los servicios.
- Medios electrónicos como la página web, el e-mail y las redes sociales.

- Teléfono, y si bien generalmente las reservas se realizan por vía telefónica, cada vez son más las personas que optan los medios electrónicos

Si la reserva es personalmente se recomienda que:

- Reciba sonriendo y salude rápidamente.
- Mire al cliente de frente y escúchelo.
- Pida disculpas si no puede atenderlo de forma inmediata.
- Repita su solicitud de reserva y tome nota de ello.
- Confirme los datos de su reserva.
- Ayude al cliente si no hay disponibilidad para la fecha solicitada.
- Agradezca la confianza que ha depositado en la empresa.
- Despídase del cliente, esperando verlo de nuevo.

Si la reservación es escrita a través de medios electrónicos:

- Salude cortésmente
- Escriba claro, sin tecnicismos.
- Revise la redacción y la ortografía
- Evite el no rotundo ante la falta de disponibilidad y ofrezca opciones.
- Utilice palabras cálidas de amabilidad y respeto
- Despídase cordialmente, agradeciendo su interés.

Si la reserva es telefónica:

- Atienda el teléfono sin demorarse.
- Utilice el saludo correspondiente al momento del día y además identificar el establecimiento y luego la identificación personal
- Si pasa la llamada a otro departamento del hotel, verifique que esta ha sido tomada y que el cliente no ha quedado “boyando” por la línea telefónica o con la música de espera.
- Retome la llamada, si esta no es tomada
- Si conoce al cliente, diríjase a él por el nombre
- La voz debe ser cálida y afectuosa.

Ahora nos preguntamos... ¿Cómo debemos actuar al encontrarnos con cambios en la reserva? Frecuentemente, los clientes pueden solicitar modificaciones en las reservas,

como ser un cambio de fechas, cambios en la cantidad de personas, tipo de habitación, servicios que quiere contratar, solo por nombrar los más comunes.

Siempre que nos sea posible, y esto no afecte el funcionamiento y la programación del hotel, debemos satisfacer al cliente. En ambos casos deberá existir constancia escrita sobre la nueva situación.

En las reservas podemos encontrarnos con las siguientes situaciones:

- La *waiting-list*, o lista de espera, consiste en que se efectúa una reserva “por las dudas” que haya alguna reserva cancelada o caída para esa fecha. Si la reserva de un cliente es cancelada con antelación, podremos llamar al primer turista que se encuentre en la lista y ofrecerle nuestras prestaciones.
- El *overbooking*, por su lado, consiste en aceptar un exceso de reservas. En este caso se debe ser muy cuidadoso con la aplicación del denominado *overbook*, ya que el mismo consiste en tomar reservas “de más” y jugar con que habrá personas que no se presenten a tomar el servicio en ese día; o en el mejor de los casos, los clientes más respetuosos cancelarán telefónicamente, o bien vía mail aquellas reservas a las que estén imposibilitados en cumplir. Hay que prestar especial cuidado con esta técnica, ya que es preferible dejar una habitación desocupada que fallar en cubrir una reserva. Un buen manejo de las reservas y con un control de los porcentajes históricos de las reservas caídas, es buen método para llevar adelante la técnica del *overbook*.
- La *rooming-list* o lista de habitaciones, es la lista que efectúa la recepción con los nombres de huéspedes de un grupo determinado enviado al hotel con anticipación, que servirá para la pre asignación de las habitaciones. Esto facilitará y agilizará el trabajo de la recepción cuando ingrese el contingente.
- Por su parte, las reservas no show son aquellas reservas confirmadas por el cliente y que, llegado el día en que debía hacer uso del establecimiento, no se ha presentado.

Finalmente, el último principio de la recepción y las reservas es fruto del sistema de reservas, es decir, la **obtención de datos estadísticos**. Este principio fundamental resulta de suma importancia para que la dirección pueda tomar decisiones y prever escenarios futuros.

Por ejemplo, en un hotel se realizan estadísticas de ocupación, de reservas fallidas, anulaciones, datos de origen de los huéspedes, cambios de fechas, medio utilizado para

realizar la reserva, solo por citar algunos informes estadísticos requeridos por la gerencia frecuentemente.

### **Mecanismo general de las reservas. Aspectos clave**

El número de personas que integran el departamento de reservas está en función de la capacidad del hotel y de la cantidad de reservaciones que se reciban diariamente.

Cuando se reciba una reservación fuera del horario de la oficina de reservaciones se tomará en recepción; por esta razón, el departamento de reservaciones debe informar a recepción cuáles son las fechas cerradas, es decir, aquellas durante las cuales no se admiten reservaciones dado que el hotel está completamente ocupado.

Las personas encargadas de recibir las reservaciones deben estar bien capacitadas, no solamente en el dominio de algún otro idioma extranjero, sino que además deben tener una buena aptitud para las ventas ya que, cuando un huésped solicita la reservación de una habitación, gracias a la sugerencia del empleado puede optar por una suite.

Para lograr un control efectivo de las reservaciones, diariamente el departamento de recepción debe mantener informado al departamento de reservaciones acerca de los siguientes aspectos:

- Entradas sin reservación
- Salidas anticipadas
- Salidas pendientes
- Reservaciones cuyos titulares no se presentaron
- Cuartos de uso de casa del personal ejecutivo del hotel
- Cuartos bloqueados con motivo de reparación.

Este reporte lo elabora el recepcionista nocturno y se entrega al departamento de reservaciones para actualizar la información de la computadora; en el caso de utilizarse un sistema manual, en la hoja de control. Existen algunos programas para computadora que consideran, en los conteos, los aspectos antes mencionados, sin necesidad de que el personal de reservaciones actualice la información diariamente.

Es muy importante que se conozca que una reservación confirmada constituye un compromiso hotel - cliente, cliente - hotel.

Por parte del hotel, este debe garantizar que para el día de la reservación esté todo listo sin excusas o pretextos, para que el cliente se aloje y disfrute de todos los servicios que la instalación ofrece.

Esto quiere decir, entre otras cosas, que la habitación debe estar debidamente preparada y bloqueada, que su reservación debe constar en la lista de llegadas previstas del día, con todos los datos disponibles para que se efectúe un *check in* rápido y agradable sin crear obstáculos al cliente.

Por parte del cliente, éste debe acudir a la instalación el día señalado, para hacer uso de su reservación. De no poder hacerlo por alguna razón, lo ideal es comunicar a la recepción o a la oficina de reservaciones del cambio que pretende realizar, o si desea la cancelación de su reservación.

Además, el cliente se compromete a observar las normas del hotel y pagar debidamente los adeudos que contraiga con la instalación, y una vez que termine el tiempo pactado en la reservación, debe acudir a realizar el *check out* a la hora prevista por el hotel.

No obstante, si el cliente desea permanecer en nuestra instalación y la disponibilidad del hotel lo permite, con mucho gusto debemos complacerlo, haciendo una extensión de la reservación inicial para el día señalado por este. Una vez hecho esto debemos tener en cuenta los cambios necesarios para actualizar la información en el sistema informático del hotel.

En caso de una reservación con características especiales, como clientes VIP, grupos de familiarización, clientes asiduos, lunas de miel, etc., se debe añadir en la lista de llegadas previstas del día todos los datos adicionales necesarios.

La reservación, una vez confirmada, es capturada en la computadora por el encargado de las reservaciones, y lo hace con una clave de acceso o *password* que le es dada por el departamento de informática del hotel. Esta es de conocimiento exclusivo de la persona a quien es dada, por lo que no puede ser usada por nadie más. De esta manera, se garantiza un control riguroso de entradas y salidas de reservaciones confirmadas en el ordenador.

Para finalizar, vamos a conocer los documentos de información y toma de reservas que se utilizan en los hoteles:

- El *planning* es una herramienta que ofrece de forma gráfica y organizada las reservas y las fechas de los clientes del hotel

- El cárdex es una herramienta que permite archivar información de clientes del hotel, ayudándonos a fidelizar a dichos clientes. Si son clientes huéspedes, el cárdex se guarda con su información personal, pero si el cliente es la agencia de viaje o empresa, éste reflejará información de las mismas
- La hoja de reserva, por su lado, es la herramienta utilizada por el hotel para conocer los datos personales de los clientes, así como sus gustos o preferencias. Existen dos tipos de hojas de reservas: hoja de reserva individual y hoja de reserva de grupo
- También podemos mencionar la lista de entrada, que es confeccionada diariamente por el departamento de reservas. Esta muestra una relación de nombres de clientes que realizaron una reserva y que coinciden en el día de llegada al hotel