



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



Módulo III

EL DEPARTAMENTO DE RECEPCION

Introducción

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.

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.

Principios rectores del Departamento de Reservas/ Recepción

- 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 que situaciones se utiliza cada una.
- Tener en claro los contratos y condiciones con agencias, tour operadores, y otros intermediarios del sector.
- Estandarización en el trato con el cliente.
- Establecer un procedimiento para la toma de las Reservas efectuadas directamente en la recepción.
- 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 (municipios, ministerios provinciales, nacionales).
- Ser la primera imagen de referencia del Hotel para con el cliente.

1. CONOCIMIENTO EXHAUSTIVO DE LA OFERTA

Principalmente nos referimos a que cualquier persona que tenga posibilidad de tomar una reserva, deba conocer en profundidad la oferta que tiene el establecimiento hotelero, y esto significa que no alcanza con saber cuántas y como son las habitaciones, sino que en la RECEPCION o FRONT DESK, se debe 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 OVER-BOOKING, 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 OVER – BOOKING. Retomaremos y profundizaremos este concepto en el último punto del módulo.

2. CONOCER EL ABANICO DE TARIFAS

En segundo lugar, 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.

Aquí abordaremos las más frecuentes, es decir las que generalmente se utilizan en un Hotel promedio.

- ✓ Se denomina TARIFA OFICIAL o RACK RATE /rak-reit/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 los valores del alojamiento y así recuperar esa venta. Las políticas de tarifas de los hoteles deben tener en cuenta el carácter percedero del servicio. Es tendencia desde hace un par de años es realizar las contrataciones páginas de descuentos en donde se ofrecen este tipo de tarifas promocionales, para ser usado en los períodos de "Temporada baja".
- ✓ 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. 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, 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.

- ✓ Se denomina TARIFA SIESTA la que se le cobrará a una persona que no pernocte en el hotel, es decir que solo utilice las instalaciones por unas horas. Es frecuente en los viajes de negocios.
- ✓ También existe la TARIFA PARA TRIPULACION DE LAS LINEAS AEREAS, la cual no merece mucha explicación, como así tampoco la TARIFA PARA JUBILADOS cuyas nominaciones describen claramente su carácter.
- ✓ La TARIFA DE GRUPOS, 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.
- ✓ Para ir finalizando, otra clase de tarifa frecuente es la que se otorga a los huéspedes cuando en el destino en cuestión se lleva a cabo un congreso, convención o seminario, por lo tanto todas 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 los participantes cuales son los establecimientos que tendrán estas tarifas.
- ✓ Asimismo 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 buscaran tres alternativas y se optará por la que ponga a disposición la menor tarifa.
- ✓ Al referirnos a la TARIFA DESK/*desk*/, hacemos referencia a la tarifa que podemos conseguir al llegar a un hotel a última hora, y según las circunstancias de ocupación en ese momento.

- ✓ Por último la TARIFA SEGÚN EL TIPO DE HABITACIÓN (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.

Contratación.

Es inminente aclarar que las Contrataciones que se produzcan con los diferentes clientes o intermediarios de sector turístico deban ser conocidas por todos los integrantes del establecimiento hotelero que estén en contacto con los sistemas de reservas.

Planes Básicos

Este hace referencia a 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, y denominado generalmente Planes Básicos.

- El EUROPEAN PLAN, solo incluye el alojamiento. Es decir que cualquier otro servicio que desee el huésped deberá ser abonado.
- El caso del CONTINENTAL PLAN, se encuentra incluido el alojamiento como en el caso anterior, a lo que se suma el desayuno tipo continental.
- PENSION COMPLETA, está incluido además del alojamiento, el desayuno, el almuerzo y la cena. También se lo denomina “full pension” o “American Plan”.
- MEDIA PENSION, o “Modified American Plan”, solo incluye alojamiento, desayuno y cena.
- BED & BREAKFAST provee al huésped de alojamiento y desayuno.
- FAMILY PLAN, comprende una oferta realizada a la familia, la cual permite que los niños hasta doce años puedan compartir la habitación con los padres, sin recargo.
- FAM TRIP, que se utiliza exclusivamente para los agentes de viajes e intermediarios del sector. 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.

- ALL INCLUSIVE, 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.

3. 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 tanto exigirá una seriedad en el manejo de las mismas, ya que la imagen del hotel se puede ver perjudicada por no realizar un procedimiento de reservas adecuado.

Datos necesarios para tomar correctamente la reservación:

- 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.
- Fecha de ingreso (check in) y fecha de egreso (check out)
- Tipo de habitación y cantidad de pasajeros.

4. CONTROL DE DISPONIBILIDAD.

Es vital que al tomar una reserva, la correcta registración de la misma debe verse 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 espontanea
- 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

5. OBTENCIÓN DE DATOS ESTADÍSTICOS,

Es de suma importancia para que la dirección pueda tomar decisiones. 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.

6. INFORMACION Y COORDINACIÓN.

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 *importancia que posee el intercambio de información entre los diferentes turnos de trabajo dentro de la misma área*, como así el intercambio de información interdepartamental, es decir entre diferentes áreas o sectores del hotel. Para tal fin se utiliza **EL LIBRO DE NOVEDADES**

Relación con otras áreas y departamentos del Hotel

Asimismo, la Recepción, posee una estrecha relación con otras áreas y departamentos del hotel. Por ejemplo, con la Dirección, debe mantenerla informada, para que pueda tomar las decisiones necesarias para llevar adelante con éxito el negocios.

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.

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.

Asimismo, la Administración, 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.

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.

7. 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. Es una buena práctica realizar un correo electrónico en estos casos en donde se transcriban los datos acordados con el futuro huésped de manera telefónica; para evitar malos entendidos futuros.

8. TRATO CON EL CLIENTE.

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. 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.

Fuentes de Reservas

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.

Los MEDIOS que puede utilizar un turista para concretar una reserva.

- 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 /i-mail/ y las Redes Sociales.
- Teléfono, generalmente las reservas se realizan por vía telefónica, aunque cada vez son más las personas que optan los medios electrónicos.

Cómo dar RESPUESTA A UNA RESERVA:

Los colaboradores del hotel deberán hacer propias las palabras y actitudes de la hospitalidad para que se vea reflejada en los más mínimos detalles. Hay que destacar que estas actitudes tienen un gran valor humano, por lo que recomendamos actuar de la siguiente manera

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.
- Confírmele 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:

- 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.
- Se utiliza el saludo correspondiente al momento del día; se debe 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.

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.

Algunos aspectos clave en las reservas

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: 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 cancelaran 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 que 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.

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 han presentado.

