

Manual de recepción hotelera: principios y técnicas

Fernando Corral Mestas

Manual de recepción hotelera: principios y técnicas

SEPTEN EDICIONES

Manual de recepción hotelera: principios y técnicas

SEPTEM UNIVERSITAS

Primera edición: enero, 2006

© 2005 Fernando Corral Mestas

© de esta edición: Septem Ediciones, S.L., Oviedo, 2006

E-mail: info@septemediciones.com

Web: www.septemediciones.com

Blog: septem-universitas.blogspot.com

Este libro no podrá ser reproducido,
ni total ni parcialmente, sin previo permiso escrito del editor.
Derechos exclusivos reservados para todo el mundo

CUBIERTAS Y COMPAGINACIÓN: M&R Studio

ISBN-10: 84-96491-16-1

ISBN-13: 978-84-96491-16-8

D. L.: M- -2006

Impreso en España- Printed in Spain

A mis compañeros del *Hotel Fruela* por su inestimable apoyo y ayuda.

Índice

PRÓLOGO	11
TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO Y LA HOTELERÍA	13
1.1 Antecedentes históricos de la hotelería	13
1.2 El fenómeno turístico, desarrollo del turismo de masas	17
1.3 Repercusión económica del turismo sobre un área turística	21
1.4 Definición del sector turístico hotelero	29
1.4.1 La oferta hotelera	30
1.4.1.1 Grupo primero: hoteles	30
1.4.1.2 Grupo segundo: pensiones	31
1.4.2 La oferta extrahotelera	31
1.5 El hotel y sus departamentos	33
1.5.1 Departamento de alojamiento	33
1.5.2 Departamento de alimentos y bebidas — <i>food & beverage</i> —	35
1.5.3 Departamento comercial	36
1.5.4 Departamento financiero	37
1.5.5 Departamento de recursos humanos	37
1.5.6 Departamento de mantenimiento y servicios generales	38
1.6 Estructura tipo de los ingresos de un hotel	38
TEMA 2. EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN Y SUS FUNCIONES:	
LAS RESERVAS	39
2.1 Organización departamental	39
2.2 Funciones y tareas	43
2.3 El precio y las tarifas	44
2.4 Las reservas, habitaciones, salones	52
2.4.1 Información y toma de reserva	52
2.4.2 Registro	57

2.4.3 Confirmación y/o anulación de la reserva	57
2.4.4 Modificaciones en las reservas	58
2.4.5 Preparación de la llegada del cliente	58
2.5 Algunos aspectos clave en las reservas	59
2.5.1 La waiting-list o lista de espera	59
2.5.1 El overbooking	59
2.5.3 El planning	60
2.5.4 La rooming-list o lista de habitaciones	61
2.6 Las reservas de salas	62

TEMA 3. LAS TAREAS DE MOSTRADOR EN RECEPCION	65
3.1 El check-in	65
3.2 El check-out	67
3.3 El room-rack	69
3.4 La gestión de Cardex de clientes /agencias /empresas	71
3.5 La asignación de habitaciones, criterios	74
3.6 Control de booking de reservas, cierre y apertura de ventas	75
3.7 El contrato de bienvenida, no-shows y gestión de los límites de reserva	94
3.8 Clientes hospedados y listado de salidas	95
3.9 Los cambios de habitación	96
3.10 La ficha policial	97
3.11 Las tareas de recepción según el turno	99

TEMA 4. LA FACTURACIÓN DE SERVICIOS Y CAJA EN RECEPCIÓN ...	103
4.1 Mano corriente o diario de producción: manual y mecánica	103
4.2 Los cargos	109
4.3 Sistemas de cobro de facturas	110
4.4 Liquidación de créditos, comisiones y deducciones	115
4.5 Saldo excedido de clientes	116
4.6 Liquidación de caja o recaudación diaria	116
4.7 El cierre diario de producción	118

TEMA 5. LAS TAREAS DE CONSERJERÍA	121
5.1 La conserjería en recepción	121
5.2 El personal del departamento de conserjería	121
5.3 Las funciones del departamento de conserjería	122
5.3 Registro de clientes. Aspectos legales del listado policial	125
5.4 Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos	129
5.5 Servicio de información al cliente	133
5.6 La relación con los guías turísticos y guías correo	134

TEMA 6. LA ATENCIÓN AL CLIENTE	137
6.1 Definición de cliente	137
6.2 La comunicación como herramienta de servicio	138
6.2.1 La comunicación externa	138
6.2.2 La comunicación interna	139
6.2.3 Buenas prácticas en la comunicación telefónica	139
6.2.4 La comunicación escrita	144
6.3 La buena atención al cliente	145
6.3.1 La atención preliminar	146
6.3.2 La llegada y el primer contacto físico	147
6.3.3 La estancia	148
6.3.4 La despedida y la post estancia	149
6.4 La gestión de quejas y reclamaciones	149
6.5 Cómo tratar las quejas y reclamaciones	152
6.6 Principales quejas de los clientes al departamento de recepción	154
6.7 Gestión del clientes según sus características	156
ANEXO	163
GLOSARIO	165
BIBLIOGRAFÍA	185
ÍNDICE ANALÍTICO	187

PRÓLOGO

La *opera prima* de Fernando Corral es un excepcional ejercicio de precisión técnica y de exposición didáctica sobre lo que él califica como “corazón del hotel”: la recepción.

Fernando Corral nos pone en situación, ya desde los primeros capítulos, sobre lo que significa el turismo y el papel del alojamiento hotelero dentro de este complejo sector de actividad. Desde esa concisión, que no elude el rigor académico, conduce nuestra curiosidad hacia los entresijos de la recepción con la profundidad necesaria para que cualquier profesional del sector reconozca en este trabajo un documento útil y, por tanto, una lectura de referencia permanente si desea perseguir la excelencia en la gestión de su negocio de alojamiento.

Pero este esfuerzo intelectual de Fernando Corral no sólo es de provecho para quienes, día tras día, asumen las distintas responsabilidades de la recepción hotelera, sino que, al tiempo, una obra de la calidad de este manual de recepción hotelera permite a quienes forman, desde las universidades, a los futuros investigadores y líderes del sector hacerse con una herramienta de trabajo de gran valor añadido. Y esto es de vital importancia para todos aquellos docentes e investigadores que, en muchas ocasiones, desafortunadamente conocen el mundo de la empresa hotelera sólo por referencias bibliográficas. Pues bien, este manual es una de las mejores referencias que estos estudiosos de salón pueden tener para que su alumnado saque el mayor partido de su formación sin resentirse de ese conocimiento libresco que muchas veces dista de ser un fiel reflejo de la realidad empresarial.

Soy testigo y beneficiario del esfuerzo de Fernando por organizar de modo efectivo todo el material necesario para formar a esos hombres y mujeres que, desde la recepción hotelera manejarán algo tan delicado como nuestra experiencia turística: flujo y reflujo, pleamar y bajamar que se aleja para indagar y vuelve en busca del descanso. Esos hombres y mujeres son los cimientos del sector y la condición necesaria para su desarrollo y a ellos se dirige buena parte de este esfuerzo del autor.

Siempre he pensado de que el hotel constituye el sistema nervioso del primer abrazo que recibe el turista en su destino. Y esta obra me confirma que la filosofía de Fernando sobre la empresa hotelera es, en esencia, la misma.

Fernando Corral nos abre, con este libro, las puertas de toda su experiencia como docente y profesional. Alojén su inteligencia en las cómodas dependencias de sus páginas, no sin antes haber cumplido con los trámites del *check-in*. Disfruten de los placeres que proporcionan los servicios del enriquecimiento intelectual y, finalmente despídanse, tras el *check-out*, pero no abandonen su compromiso de volver. Porque esa es la esencia del negocio.

Jesús Rivas

*Profesor Titular de la Escuela Universitaria
de Turismo de Asturias. Universidad de Oviedo*
Oviedo. Enero de 2006

INTRODUCCION AL TURISMO Y LA HOTELERIA

1.1 Antecedentes históricos de la hotelería

Los desplazamientos humanos son tan antiguos como la propia especie, aunque los primeros antecedentes históricos de la hotelería podemos encontrarlos en la antigua Roma donde era habitual encontrar villas o casas de huéspedes en algunas zonas costeras, como en la localidad de Baias a orillas del mar Tirreno cerca del campamento militar de Musenum. Es también destacable en aquella época la figura del *curties*: personas cuya ocupación era cubrir todas las necesidades que los viajeros tenían a su llegada a Roma entre las cuales destacaba el alojamiento.

antigua Roma

Durante el medievo, desaparecen las tres condiciones fundamentales que hicieron de Roma un ejemplo en el desarrollo de las actividades de servicios públicos favorecidas por los desplazamientos humanos:

medievo

1. la "pax romana",
2. el desarrollo de las vías de comunicación, y
3. la existencia de tiempo libre como consecuencia de la estructura social de la época.

La desaparición de estos condicionantes hizo que los desplazamientos quedasen reducidos a las peregrinaciones generalizándose la hospitalidad sin ánimo de lucro por parte de las diferentes órdenes religiosas.

Es al finalizar el medievo cuando aparecen los primeros establecimientos, que ofrecen alojamiento y manutención por un precio. La ciudad de Venecia se convierte en punto de partida de viajeros y expediciones, en 1235, existían 24 fondas con capacidad para unos 900 viajeros.

En 1282, en la ciudad de Florencia, se constituyó el *Gremio de los Hospedajes*,

una agrupación de empresarios de alojamientos, y en las rutas principales que llevaban a Venecia, lugar de donde salían las flotas con destino Jerusalén, se empezaron a construir fondas cada 15 o 20 kilómetros.

Renacimiento

El Renacimiento se nos muestra como un período en el cual los desplazamientos de personas vuelven a tener gran relevancia, en las peregrinaciones a Santiago de Compostela, Roma, La Meca, Tierra Santa y las expediciones al nuevo mundo que despertaron el deseo por descubrir nuevas tierras y costumbres.

En esta época aparecen los primeros alojamientos con el nombre de HOTEL, palabra de procedencia francesa que designaba a los palacios urbanos que ocupaban las personas nobles y la corte en sus desplazamientos, y que llevaba asociado el traslado del lujo que les rodeaba. Aunque no es hasta el siglo XVIII cuando aparezca la palabra HOTEL vinculada a establecimientos similares a los actuales hoteles.

siglo XVII

A partir del siglo XVII comienza el auge, como terapia para algunas enfermedades, del uso terapéutico de los baños, antaño muy utilizados por la sociedad romana y árabe. Así, fueron muchas personas las que acudían a ciudades como Bath (Inglaterra), Badem Badem (Alemania), con la esperanza de curación. En ellas se organizaban actividades lúdicas y de entretenimiento para éstos clientes, lo que atrajo a otros muchos con el fin de divertirse, apareciendo por primera vez los primeros núcleos neogénicos o desarrollados exclusivamente por actividades de carácter turístico.

En 1794 se inaugura el primer hotel tal y como lo concebimos actualmente: el City Hotel de Nueva York con 73 habitaciones.

siglo XIX

El siglo XIX supone un salto cualitativo y cuantitativo para la historia turística, por diversas razones:

*James Watt
máquina de vapor*

- La revolución industrial, gracias a la invención de la máquina de vapor por James Watt que originó un espectacular desarrollo de los transportes y el desarrollo del ferrocarril y del barco de vapor.

- La aparición del turismo de montaña con remedio terapéutico para la tuberculosis, lo que hizo que se construyeran numerosos sanatorios y hoteles en ciudades como Gorbetsdorf (Silesia, región polaca actualmente), o en zonas de montaña de Francia, Suiza, Austria, etc.

balnearismo

- La consolidación del balnearismo que tanto auge tuvo en el siglo anterior.

industria turística

- La aparición de la industria turística moderna, en hotelería destacó especialmente:

Cesar Ritz (Niederwald, 1850-Küssnacht, 1918)

Nació el 23 de febrero de 1850, el décimo tercer hijo del, entonces, alcalde del pueblo de *Niederwald*, Anton Ritz. Comenzó a trabajar a los 15 años como aprendiz de camarero de vinos en un hotel de Brig, la segunda ciudad en importancia del Wallis.

Desde muy joven se codeó con los más ricos y famosos de su época. En el restaurante Voisin de París, a los 17 años, sirvió a Georges Sand, Sarah Bernhardt y Dumas hijo. En 1872 conoció al Príncipe de Gales, el futuro Eduardo VII, que se convertiría en uno de sus principales valedores.

Sus andanzas le conducirían desde Niza hasta Lucerna, donde fue nombrado Gerente de Gran Hotel de Lucerna, pasando por Montecarlo, donde se asoció con el cocinero Auguste Escoffier, el gran chef de aquellos años, el hombre que revolucionó el concepto de restaurante de un hotel. Después, Ritz dirigió el Hotel de Provence en Cannes y el Minerva de Badem Badem, inaugurado por el Emperador de Alemania.

En 1889 transformó el Savoy de Londres en el gran establecimiento hotelero del imperio británico. Su fama se hizo universal y algunos amigos y clientes adinerados lo convencieron para que realizara su sueño: construir un hotel a su medida donde todos los detalles estuvieran supervisados por él mismo. Cuando finalmente inauguró el Ritz, tenía una idea muy clara y definitiva de cuál era la forma de dirigir un hotel, cómo preferían ser atendidos los ricos e ilustres, y los elementos esenciales de una buena cocina. Unos ideales que se mantienen todavía en estos hoteles, donde el simple hecho de entrar es toda una experiencia. Sólo cinco establecimientos responden hoy a la filosofía Ritz. El Ritz de París sigue siendo el gran hotel por excelencia. Allí son míticos la suite de los Duques de Windsor y el apartamento privado de Coco Chanel. El de Madrid es uno de los máximos exponentes de la arquitectura "belle époque" en la ciudad. El de Barcelona fue construido en 1919, y conserva un sabor tradicional. El Ritz-Carlton de Boston, inaugurado en 1927, sigue siendo una referencia de lujo y buen gusto en la costa este americana. Y por último, el de Londres, donde nunca llegó a entrar César Ritz.

Según lo planeó este genial suizo, la primera impresión no debe ser la de estar en un hotel convencional, sino más bien en una mansión señorial. A pesar de las numerosas reformas introducidas desde 1980, los detalles tradicionales se han conservado: las chimeneas de mármol, los espejos dorados, los relojes de pared suizos, los enormes armarios de cedro y por supuesto, las camas de bronce; una de sus principales aportaciones fue dotar a la habitación de hotel de baño privado.

Inmediatamente después de la inauguración del de París, todas las grandes ciudades aspiraron a tener su propio Ritz. Pero en 1902, el exceso de trabajo le provocó una depresión de la que no saldría hasta su muerte, en 1918. Sin embargo, su legado no se perdió, ya que tanto su esposa como sus más íntimos colaboradores siguieron muy de cerca su inspiración en los muchos Ritz que se fueron construyendo por todo el mundo.

El de Madrid abrió sus puertas en 1910 bajo el patrocinio de Alfonso XIII, empeñado en que su capital tuviera un hotel de esa categoría. Ese mismo año también se inauguró el Ritz-Carlton de Nueva York en Madison Avenue, bajo la dirección de Albert Keller, uno de sus alumnos aventajados. En poco tiempo, lugares como Lucerna, Buenos Aires, Evian, Roma, Lisboa, Londres, Barcelona o Montreal tuvieron un Ritz. Y llegó un momento en que fue imposible proteger el nombre de sus derechos de propiedad. Pero, por mucho que se haya vulgarizado, la palabra Ritz nunca ha perdido su excelencia.

El fundador está enterrado en Niederwald, donde le han erigido un monumento y aún se puede ver su casa familiar.