

RESERVAS: PROCEDIMENTO E PROBLEMAS

Por
Antonio Sancho
Subdirector del Hotel Ritz
Lisboa

SUMÁRIO:

Advertência Prévia.

I. *Procedimiento.*

- a) Meios utilizados.
- b) Allotments.
- c) Hotel Representatives.
- d) Free-Sale.

II. *Problemas.*

- a) No-Shows.
- b) Overbooking.
- c) Perda de Receita de Reservas Particulares.
- d) Competição das Grandes Cadeias Internacionais.
- e) Relações Hotel-Agência de Viagens.

Advertência prévia.

Todos os presentes neste IV Curso Luso-Espanhol Sobre Técnicas Hoteleiras, estão perfeitamente inteirados da matéria sobre a qual fui incumbido de vos falar em virtude da vossa experiência como dirigentes das unidades que chefiavam. Sei que estou na presença de um escol de dirigentes e técnicos do mais elevado nível, e, permitam-me que vos esclareça que o meu objectivo consiste simplesmente em transmitir a V. Exas., algumas das minhas experiências pessoais do dia a dia sobre

o procedimento e problemas das reservas em hotéis. Gostaria de esclarecer, que a exposição que vos apresento seguidamente terá que ser interpretada mais como o ponto de vista do hoteleiro, como é o meu caso, do que propriamente do agente de viagens, que não sou.

I. *Procedimento.*

Ao abordar o tema de reservas, utilizo como ponto de partida, a capacidade da unidade hoteleira em que o sistema de reservas será instalado. Certamente que para um hotel até 200 quartos poderá o serviço de recepção acumular também, todo o movimento de reservas, dependendo do número de recepcionistas utilizados. A partir das duas centenas de quartos sou de opinião, a experiência assim me faz falar ser essencial a separação das reservas para um sector diferente daquele onde se processa a recepção dos clientes. Sem dúvida que a organização dum departamento de reservas em hotéis de várias centenas de quartos é imprescindível, pois só assim se poderá fornecer um serviço altamente eficiente e rápido.

Não apenas no processamento de reservas, como em pedidos de informação sobre as mesmas, assim como toda uma série de reservas que por vezes o próprio hotel efectua para os seus clientes noutros hotéis. Há ainda a enorme vantagem de ter o «planning» de reservas futuras constantemente actualizado o que fatalmente não se verificaria num hotel da mesma dimensão que tivesse o serviço de reservas englobado na recepção.

É de crer, que alguns dos presentes poderão discordar das minhas afirmações e demonstrarem-me que estou errado, o que poderá suscitar uma discussão construtiva (entre colegas) para a qual me ponho humildemente à vossa disposição.

Poderão replicar-me que alguns dos grandes hotéis tradicionais têm as reservas englobadas na recepção, mas teremos que atender que nessas unidades não se procura individualizar o rendimento, como se processa nas unidades de gestão moderna, em que se verifica toda uma racionalização de serviços.

O hotel a fim de proceder ao conveniente processamento de reservas pedidas, seja qual for a sua origem necessita das seguintes informações: nome do cliente, endereço (se particular), nome da agência

ou da companhia que afectue a reserva e respectiva direcção, dia e hora de chegada (se possível), tempo de estadia, tipo de quarto solicitado. Estes dados são ao fim e ao cabo os mesmos que o hotel sempre necessita, seja qual for o meio empregue para a efectivação da reserva.

a) *Meios utilizados.*

As reservas o que não é segredo para V. Exas., efectuem-se verbalmente no próprio hotel, por correio (porventura o sistema mais antiquado) telegrama, telex e presentemente através de computadores, cujo aparecimento provocou uma autêntica revolução facilitando a solução dos mais diversos problemas, devido à sua eficiência, economia de tempo e dinheiro, de que as reservas de hotéis recolheram o seu bom quihão. Os computadores não se encontram nos hotéis, pois a sua aquisição é demasiado dispendiosa. São alugados pelas grandes cadeias hoteleiras internacionais, algumas associadas as companhias aéreas e cujo volume de negócios torna o aluguer cada computador rentável, ou então instalados em diversas cidades onde se constituem centrais de reservas e às quais aderem os mais diversos hotéis, mesmo de países e companhias diferentes, mediante uma associação para mútua utilização.

Os computadores proporcionam um número muito superior de reservas efectuadas e, como mencionado anteriormente, reduzem imenso o custo das mesmas. É precisamente devido à sua rapidez que as grandes cadeias hoteleiras possuindo hotéis nas mais diversas cidades de globo se aproveitam das suas centrais computarizadas para confirmarem reservas quase que instantâneamente após o pedido das mesmas.

Este rápido e eficiente serviço proporciona muitas vezes a reserva de vários hotéis e aviões de uma única companhia sem qualquer despesa para o cliente, o que é deveras conveniente, pois com o mínimo incómodo consegue o que por outros meios levaria bastante tempo assim como implicaria algumas despesas.

As reservas a que já me referi, podem ser pedidas pelo próprio cliente, pelas mais diversas empresas, companhias aéreas e uma percentagem muito elevada através de agências de viagens que se canaliza a maior parte das reservas pedidas pelos milhões de turistas que viajam todo o ano pelas mais diversas paragens do globo.

Tendo falado sobre os meios utilizados para a efectivação de reservas, será talvez útil mencionar que o trabalho efectuado pelo depar-

tamento de reservas deverá ser tão eficiente quanto possível, dando todas as indicações necessárias no «rack» onde as mesmas são afixadas, de maneira a facilitar todo o trabalho da recepção.

O departamento de reservas não só processará as reservas individuais como também as de grupos, confências, convenções, existindo no entanto nas grandes unidades hoteleiras um departamento de vendas encarregado não só da promoção como também de aceitação de reservas de grupos, certamente, tendo em conta que entre ambos os departamentos terá que existir uma colaboração constante para que não surjam graves problemas.

b) *Allotments.*

Entre os hotéis e os agentes de viagens, neste caso, denominados «tour operators», com bastante antecedência, normalmente um ano, asseguram acomodação em diversos hotéis para os grupos que pretendem programar para os mais diversos destinos.

As companhias aéreas também efectuam contratos neste género mas para acomodação das suas tripulações.

Contratos de «allotments» também são efectuados entre hotéis e grandes empresas privadas, para utilização diária ou semanal, dos funcionários dessas empresas que viajam com certa regularidade pelas diversas cidades onde aquelas têm filiais.

c) *Hotel representatives.*

É indispensável para qualquer hotel de tamanho acima da média, o que para nós em Portugal representa entre os 150 e 200 quartos, celebrar contratos com Hotel Representatives que estejam instalados nos países donde se verifique um maior afluxo de clientes. No caso de Portugal serão os Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Alemanha, Países Escandinavos, Benelux, França e Japão; este um novo mercado já sendo explorado e que tem uma tendência para ser avolumar espantosamente, especialmente viajando em grupos, pois de ano para ano verifica-se um aumento substancial de turismo e homens de negócios japoneses.

Certamente que o hotel individual não poderá ser representado em todos os países mencionados anteriormente, mas terá que fazer uma selecção destes Hotel Representatives é sem dúvida onerosa mas em

contrapartida produz um elevado número de reservas para o hotel, especialmente para aquele de grande capacidade, o qual se for independente não poderia suportar a instalação dum escritório em qualquer grande cidade dum dos países mencionados anteriormente, com a finalidade de angariar reservas. Associando-se a um H. R. tem sem dúvida grandes vantagens para o hotel.

d) *Free-Sale.*

Com os H. R. são efectuados contratos na base da venda livre durante todo o ano, para as grandes unidades ou dum certo ne de quartos para unidades de capacidade média. A aceitação de grupos pelo H. R. depende dos acordos estabelecidos com o hoteleiro.

O sistema funcionará sempre com regularidade até ao período que o hotel verifique que as suas disponibilidades estão perigando, sendo nessa ocasião o H. R. informado por telegrama ou telex das diversas datas em que a venda livre deverá ser interrompida.

Contratos de venda livre são efectuados entre hotéis, companhias aéreas e agências de viagens locais, mas apenas para um reduzido n.º de quartos e normalmente só vigora em períodos de menor ocupação e a surgir uma surpresa também esses contratos incluem uma cláusula pela qual o hotel pode encerrar a venda livre.

O sistema de venda livre com os H. R., assim como as agências e companhias aéreas, é denominado de «Sell and Report» em que aqueles se responsabilizam pela informação telefónica ao hotel após a venda, isto no caso das companhias aéreas ou agências, e pelo envio de formulários ao hotel, agência de viagens ou cliente particular, mencionado todos os dados respeitantes à reserva solicitada e aceite. Este último procedimento é o que compete ao H. R.

PROBLEMAS

a) *No-shows.*

Verifica-se com regularidade, especialmente nas grandes unidades, uma elevada percentagem de clientes que não utilizam as suas reservas, ou «no-shows», o que origina uma razoável perda de receita. Assim o hoteleiro tenta defender-se efectuando contratos através dos seus

Hotel Representatives com agências de viagens, e com companhias aéreas, tendo contratos de venda livre e que na maioria dos casos são contactadas também por agências de viagens, e às quais é solicitado um depósito, normalmente cobrindo a primeira noite de estadia.

Com as agências com quem o hotel ou o Representative negociam, mais frequentemente estabelecem-se contratos em que aquelas não enviam qualquer depósito mas garantem a reserva o que significa que o hotel está perfeitamente à vontade para debitar uma noite relativa a «no-show».

Evidentemente que aquelas reservas efectuadas e asseguradas por um depósito, na eventualidade da sua anulação, o referido depósito é reembolsável se a anulação for efectuada com a antecedência devida, a qual difere se for num hotel de cidade ou de praia. A política de reembolso do depósito também difere de hotel para hotel, pois há hotéis que reembolsam o cliente mesmo que a anulação seja efectuada no dia da chegada. As anulacoes se não forem feitas no próprio hotel, deverão ser comunicadas por carta, telegrama ou telex e não por telefone, para evitar complicações e mal-entendidos que possam surgir quando o reembolso do depósito seja solicitado.

b) *Overbooking.*

Sem dúvida um dos mais desagradáveis problemas para o hoteleiro, que poderá provocar mal-entendidos com agências empresas privadas e próprios clientes é provocado pelo «overbooking».

Muitas vezes clientes apresentam-se na recepção dos hotéis com as suas reservas devidamente confirmadas, pré-pagas e em virtude de «overbooging» existente, o hotel vê-se na necessidade de procurar alojamento para o cliente noutra hotel. Porém, a mudança de hotel, mesmo para outro de idêntica categoria, quando não para outro de categoria muito inferior e por vezes até de cidade onde se encontra o hotel confirmado, provoca sempre grandes reclamações. Esta situação causa como é natural enormes danos, como representa um desprestígio para o hotel, provocando por vezes a ruptura de relações comerciais entre o hotel e a agência privada que se encarregara da reserva.

A Associação Internacional de Hoteleria, na sua última reunião, verificando os prejuízos da hoteleria, por ter, pelas facilidades consentidas, participado na má gestão de certas agências, recomenda aos seus

associados um controle mais eficiente das reservas, com a exigência sistemática dos depósitos de garantia e facturação regular das indemnizações por anulação. Espera-se assim, reduzir o «overbooking» que perturba gravemente os mercados turísticos.

c) *Perda de receita de reservas particulares.*

Presentemente verifica-se, especialmente nos Estados Unidos, que grandes empresas que anteriormente faziam reservas directamente com hotéis, ou criavam os seus próprios departamentos de viagens, são hoje em dia solicitadas por agências de viagens a economizar o dinheiro despendido nesses departamentos que não lhes dá qualquer lucro.

As agências conseguem instalar-se nas próprias companhias mediante a abertura de um escritório ou então tendo linhas directas companhia-agência, a qual se encarrega de por este meio uma perda imensa de negócio para o hotel, pois reservas que anteriormente eram uma fonte de receita total estão agora sujeitas a comissão de agente.

Por vezes esta situação provoca casos desagradáveis com hotéis que se recusam a pagar comissões sobre certas reservas efectuadas através de indivíduos que trabalham simultaneamente numa agência e numa empresa particular ou tendo contactos nesta, que originou a reserva.

d) *Competição das grandes cadeias internacionais.*

Há também o problema das companhias de aviação que associadas a cadeias hoteleiras oferecem descontos através dos seus hotéis, na impossibilidade de fazê-lo através dos aviões, segundo os regulamentos da I.A.T.A.; o que representa mais uma fuga de elevado número de clientes de hotéis que não estejam associados a companhias de aviação.

Como consequência de viagens mais rápidas e o espírito aventureiro do ser humano, a nossa clientela viaja cada vez mais longe, nas suas viagens anuais, como jamais se vira. Verifica-se um constante aumento de pedido de reservas em hotéis de cinco e quatro estrelas para todas as partes do mundo, e, hotéis que não estejam associados ás cadeias hoteleiras mencionadas anteriormente, e que se encontram espalhadas pelo mundo podendo fornecer quase toda uma série de reservas pedidas, terão que se organizar de maneira a fazer face àquelas e não perder assim grande parte da sua clientela.

e) *Relações hotel-agência de viagens.*

Segundo alguns agentes de viagens, estas relações nem sempre têm tido um cunho saudável e construtivo da parte do hoteleiro, pois este, sem querer ferir susceptibilidades, vê mais o agente como o individuo que lhes vai reduzir a sua receita em virtude da comissão a que legalmente tem direito.

Este estado de coisas não se passa apenas em Portugal, pois inquéritos efectuados internacionalmente, demonstram-nos que a melhor maneira de ter magnificas relações com o agente de viagens será a de pagar a comissão devida, o mais breve possível após a partida do cliente. Esse mesmo inquérito revela que alguns problemas surgidos entre hotéis e agências são motivados pelo tardio pagamento de comissões.

Em contrapartida o hoteleiro poderá, e, com razão também replicar pela demora de pagamento da parte da agência, mas sem querer defender quaisquer interesses, teremos de partir do princípio que a maioria dos hotéis constituindo empreendimentos de mais elevado capital poderão suportar com mais facilidade um espaço de tempo mais prolongado para pagamento das suas facturas, do que grande percentagem das agências cujas disponibilidades financeiras serão mais reduzidas.

Independentemente das reservas efectuadas pelos clientes directamente ou por empresas privadas, o hoteleiro terá que se apoiar na colaboração do agente de viagens.

Tem que se reconhecer quão válida é para ambas as partes as boas relações mantidas entre o hoteleiro e o agente de viagens, pois ambos são vendedores, e, portanto, da semelhança das suas posições deverá resultar uma estreita colaboração.

É necessária uma consciencialização da parte dos hoteleiros, que o agente de viagens é um magnífico promotor das nossas unidades e teremos que encará-lo como um dos nossos mais intimos colaboradores.

Sendo hoteleiro e não agente de viagens, é o voto que formulo ao encerrar esta breve exposição que apresentei a V. Exas. Agradeço, minhas senhoras e meus senhores, a atenção que tiveram a bondade de me dispensar.