

2022

**Susana Beatriz
Rodrigues Carvalho**

**Hermitage Hotel Prague: Online
Reception Handbook**

2022

**Susana Beatriz
Rodrigues Carvalho**

**Hermitage Hotel Prague: Online
Reception Handbook**

Relatório de Estágio apresentada à Faculdade de Ciências Sociais e Tecnologia da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Turismo e da Hotelaria realizada sob a orientação científica da Doutora Anabela Figueiredo Machado Monteiro, Professora Auxiliar da Faculdade de Ciências Sociais e Tecnologia da Universidade Europeia

Declaração de autoria

O conteúdo deste relatório intitulado Hermitage Hotel Prague: Online Reception Handbook é da exclusiva responsabilidade do autor. Declaro-me o autor desta obra, que é original e inédita. Os autores e artigos consultados no âmbito desta investigação são devidamente identificados e citados, estando incluídos na lista de referências incluídas no Relatório Académico.

Copyright

© Copyright: Susana Beatriz Rodrigues Carvalho 2022

A Faculdade de Ciências e Tecnologias e a Universidade Europeia têm o direito geográfico perpétuo e ilimitado, de arquivar, reproduzir e tornar público este trabalho, independentemente dos meios utilizados, bem como de a difundir através de repositórios científicos e permitir a sua cópia e distribuição com fins meramente educativos ou de investigação e fins não comerciais, se o crédito for dado ao respetivo autor e editor.

Dedico este trabalho a minha mãe, meu pai, irmã e avós.

Agradecimentos

Depois de seis meses de estágio fora de casa, sei que nada disto teria sido possível sem o apoio, coragem e amor dos meus pais, irmã e avó. Agradeço à minha família e amigos, que me acompanharam durante o meu trajeto acadêmico, profissional e pessoal.

Agradeço a Professora Doutora Anabela Monteiro por todas as suas indicações e apoio, ao longo destes meses. Um agradecimento muito especial à Equipa do Hermitage Hotel Prague, que me recebeu de braços abertos, me apoiou e me ajudou incondicionalmente durante estes meses

Por último, mas não menos importante, um agradecimento especial ao meu supervisor Bohuslav Macháček (Diretor de Front Office, Reservas & Revenue), que me permitiu alcançar conforto e confiança para realizar as tarefas de forma independente. E a Miroslav Forejtek (Diretor Geral), pela oportunidade de fazer parte da equipa do Hermitage Hotel Prague durante estes meses. Foi, sem dúvida, uma grande oportunidade para mim, enquanto estudante, aprender tanto e praticar toda essa aprendizagem regularmente.

Palavras-chave

Hermitage Hotel Prague; Manual de Recepção; Recepção; Cliente Interno

Resumo

Praga, capital da República Checa, destaca-se pela sua cultura e herança protegida pela UNESCO, que ao longo dos anos vem atraindo um crescente aumento do número de viajantes provenientes de turismo internacional e turismo doméstico. Este fenômeno demonstrou ser impactante na hotelaria, sendo que em 2018 houve cerca de 18.2 milhões de dormidas na capital. O turismo e a hotelaria, atividades de prestação de serviços, onde o cliente interno é essencial e responsável por garantir um serviço de qualidade. Neste sentido, o objetivo do presente relatório é a compreensão da importância da recepção e do cliente interno na hotelaria. O Hermitage Hotel Prague, hotel independente de 4 estrelas, com capacidade total de 210 unidades de alojamento e um dos 816 estabelecimentos hoteleiros na cidade. Além disso, foi a entidade acolhedora do estágio de 6 meses (julho 2021 a janeiro 2022), na área da recepção. O desenho metodológico utilizado e a pesquisa bibliográfica e exploratória, que permitiu alcançar os objetivos delineados. Os resultados alcançados foram: o reporte das atividades desempenhadas na função: a criação da proposta de valor, o Online Reception Handbook, bem como, a verificação da importância do rececionista e de o satisfazer para o desenvolvimento da organização. Em suma, destaca-se o rececionista como o intermediário entre o hotel e o cliente, cujo papel de acolher, ouvir e resolver os pedidos e reclamações deve resultar na satisfação do hóspede. Por sua vez, a organização deve ter em atenção a satisfação do cliente interno.

Keywords

Hermitage Hotel Prague; Reception Manual; Reception; Internal Customer

Abstract

Prague, the capital of the Czech Republic, stands out for its culture and heritage protected by UNESCO, which over the years has attracted a growing number of travelers from international tourism and domestic tourism. This phenomenon proved to be impactful in hospitality, and in 2018 there were about 18.2 million overnight stays in the capital. Tourism and hospitality, activities of service, where the internal client is essential and responsible for ensuring a quality service. In this sense, the objective of this report is to understand the importance of reception and internal customer in hospitality. The Hermitage Hotel Prague, an independent 4-star hotel with a total capacity of 210 accommodation units and one of the 816 hotel establishments in the city. In addition, it was the welcoming entity of the 6-month internship (July 2021 to January 2022), in the reception area. The methodological design used the bibliographic and exploratory research, which allowed to achieve the objectives outlined. The results achieved were the reporting of the activities performed in the function; the creation of the value proposition, the Online Reception Handbook; the verification of the importance of the receptionist whose satisfaction is essential for the development of the organization. In conclusion, the receptionist stands out as the intermediary between the hotel and the client, whose role of welcoming, listening and resolving requests and complaints should result in the satisfaction of the guest. In turn, the organization should pay attention to internal customer satisfaction.

Índice de conteúdos

Índice de Figuras	vii
Índice de Tabelas.....	ix
Lista de Anexos.....	ix
Lista de Acrónimos, Abreviaturas e Siglas	xi
I. Introdução.....	10
II. Objetivo.....	11
III. Metodologia	11
IV. Contextualização teórica	12
4.1 Turismo e Hotelaria em Praga	12
4.2 A Receção – A porta da hospitalidade.....	19
4.3 O Cliente Interno	22
V. Hermitage Hotel Praga	26
5.1 História do Hotel	26
5.2 Visão e Valores.....	27
5.3 Localização.....	28
5.4 Instalações do Hotel.....	29
5.4.1 Quartos	29
5.4.2 Restaurante	31
5.4.3 Bar	32
5.4.4 Receção	33
5.4.5 Salas de reuniões e eventos	33

5.4.6	Fitness.....	34
5.4.7	Garagem e estacionamento exterior	35
5.5	Organização de departamentos	35
5.6	O Cliente do Hotel.....	36
5.7	Concorrência Direta.....	38
5.8	Análise SWOT.....	41
VI.	O Estágio Curricular.....	44
6.1	Funções desempenhadas.....	44
6.2	Turnos e respetivas tarefas desempenhadas	45
6.3	Integração das atividades do estágio no plano de curso	74
VII.	Proposta de Valor - <i>Online Reception Handbook</i>	77
7.1	Contextualização	77
7.2	Principais Objetivos.....	78
7.3	Proposta de Valor	78
VIII.	Conclusão	80
IX.	Limitações e futuras linhas de investigação	82
X.	Considerações Finais.....	82
XI.	Referências bibliográficas	84
XII.	Anexos.....	91
	Anexo I – Avaliação do Supervisor Estágio Curricular	91
	Anexo II – Mapa de Controlo de Assiduidade	92

Anexo III- Proposta de Valor – Manual de Receção Online.....	93
--	----

Índice de Figuras

Figura 1	15
Figura 2	16
Figura 3	26
Figura 4	26
Figura 5	28
Figura 6	29
Figura 7	29
Figura 8	30
Figura 9	31
Figura 10	32
Figura 11	32
Figura 12	33
Figura 13	34
Figura 14	34
Figura 15	36
Figura 16	37
Figura 17	38
Figura 18	47

Figura 19	48
Figura 20	49
Figura 21	50
Figura 22	51
Figura 23	52
Figura 24	53
Figura 25	55
Figura 26	56
Figura 27	57
Figura 28	58
Figura 29	59
Figura 30	60
Figura 31	61
Figura 32	62
Figura 33	63
Figura 34	64
Figura 35	65
Figura 36	66
Figura 37	66
Figura 38	67
Figura 39	67

Figura 40	68
Figura 41	68
Figura 42	70
Figura 43	71
Figura 44	72
Figura 45	73
Figura 46	73
Figura 47	79

Índice de Tabelas

Tabela 1	13
Tabela 2	16
Tabela 3	18
Tabela 4	40
Tabela 5	42
Tabela 6	46
Tabela 7	74

Lista de Anexos

Anexo I – Avaliação do Supervisor Estágio Curricular	91
Anexo II – Mapa de Controlo de Assiduidade	92

Anexo III- Proposta de Valor – Manual de Recepção Online..... 93

Lista de Acrónimos, Abreviaturas e Siglas

APA – American Psychological Association

CRM - Customer Relationship Management

FOM – Front Office Manager

GM – General Manager

IHG - InterContinental Hotels Group

MOD – Manager on Duty

SOP – Standard Operating Procedure

PIS - Prague Information Service

UNESCO - United Nations Educational Scientific and Cultural Organization

UNWTO - Organização Mundial do Turismo

I. Introdução

No âmbito da obtenção de grau mestre no Mestrado em Gestão de Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia, os alunos podem optar por realizar uma dissertação, um projeto ou um relatório de estágio. Neste sentido, é selecionada a tipologia de relatório de estágio proveniente do estágio curricular realizado no Hermitage Hotel Prague (Praga, República Checa). O estágio com uma duração de seis meses, de 12 julho de 2021 a 14 janeiro de 2022, perfazendo um total de 949 horas, o local de estágio foi maioritariamente no departamento de receção. Ao longo do decorrer do período de estágio foi possibilitada a oportunidade de passar por outros departamentos durante o tempo mencionado, tais como oportunidade de aprendizagem em departamentos de *back office*, como o departamento de reservas e o departamento de *revenue*. O estágio foi supervisionado na íntegra pelo Diretor de *Revenue, Front Office & Reservas*, Bohuslav Macháček. As funções desempenhadas foram no seu essencial enquanto rececionista, *concierge* e relações-públicas.

O relatório pretende alcançar uma melhor compreensão sobre a importância da receção para a gestão das entidades hoteleiras e desvendar o papel do cliente interno e o impacto do desempenho das suas funções diárias no cliente externo. Para tal, os principais objetivos do relatório são: reportar as atividades diárias de estágio curricular e apresentar uma proposta de valor.

Neste sentido, o relatório divide-se em três capítulos importantes. O primeiro capítulo é dedicado ao quadro teórico sobre temáticas relevantes e úteis para a interpretação do relatório. As temáticas deparam-se na sua essência sobre o turismo e hotelaria na cidade de Praga, desde características a dados estatísticos recentes; sobre a temática receção, a sua importância em entidades hoteleira e o perfil do rececionista; bem como, o cliente interno e a sua importância na receção. O segundo capítulo realiza uma apresentação detalhada e exaustiva da entidade acolhedora, debruçando-se sobre a história do hotel, visão e valores, bem como, as características e organização dos departamentos da unidade, as características do cliente, a concorrência direta e, finalmente, uma análise SWOT. O terceiro e último capítulo é dedicado à proposta de valor, um manual de receção, identificado como útil para a resolução de uma das lacunas encontradas na receção. Neste sentido, o manual de receção contém as abordagens detalhadas e claras sobre os procedimentos padrão de operação, os detalhes dos diversos departamentos hoteleiros e algumas características e informações sobre o hotel.

II. Objetivo

O seguinte relatório tem o principal objetivo de expor e esclarecer as atividades e tarefas desempenhadas no decorrer do estágio curricular. Este com uma duração de seis meses, iniciou a 12 de julho de 2021 e terminou a 14 de janeiro de 2022, perfazendo um total de 949 horas. Além disso, foi efetuado o estágio na recepção da entidade de acolhimento, Hermitage Hotel Prague, estabelecimento de categoria 4 estrelas na cidade de Praga, República Checa. Neste sentido, através da metodologia de observação participante foi possível alcançar a realização da proposta de valor, *Online Reception Handbook*.

III. Metodologia

Segundo, Menezes, Duarte, Carvalho & Souza (2019) os tipos de pesquisa dividem-se conforme a natureza, a temporalidade, os objetivos e os procedimentos de coleta aplicados no estudo. Neste sentido, o presente desenho metodológico aplicado desenrola-se sobre a conformidade da recolha da informação e dados, bem como, sobre os objetivos pretendidos. Numa primeira fase, é aplicada a tipologia de pesquisa bibliográfica: “utiliza fontes bibliográficas ou material elaborado, como livros, publicações periódicas, artigos científicos, impressos diversos ou, ainda, textos extraídos da internet” (Menezes, Duarte, Carvalho & Souza, 2019, p. 37). Consequentemente, os devidos autores e investigadores das fontes utilizadas, são devidamente referenciados de acordo com as normas *American Psychological Association* [APA] 7ª Edição. Relativamente à metodologia de acordo com os objetivos, é aplicada a pesquisa exploratória, que “ajuda o pesquisador a compreender ou aprimorar o conhecimento sobre um determinado assunto, de modo que, após o seu término, seus resultados possam levar a outras pesquisas com novas abordagens” (Menezes et al., 2019, p. 34). Por fim, segundo os procedimentos de coleta, é aplicada a metodologia da observação participante na qual “o pesquisador (...) coleta dados por meio da participação na vida cotidiana das pessoas que ele ou ela está estudando (...) A abordagem está na interação cotidiana envolvendo conversas para descobrir as interpretações dos participantes nas situações que estão envolvidos.” (Marietto, 2018, p. 8).

IV. Contextualização teórica

4.1 Turismo e Hotelaria em Praga

O surgimento do conceito turismo, é bastante incerto, mas na literatura o marco inicial deste conceito refere-se ao designado *Grand Tour*, movimentos turísticos de jovens ingleses, com duração de 3 a 4 anos de viagens a destinos europeus, nos finais do século XVIII (Umbelino, 2017). Posteriormente, a evolução dos transportes, nomeadamente o transporte ferroviário, originou a oportunidade a Thomas Cook, de criar e agenciar viagens, destacando-se em 1841, uma excursão de comboio com cerca de 500 pessoas (Umbelino, 2017). Segundo Dimitrova (2020) Thomas Cook é identificado como o grande impulsionador do turismo de massas, destacando-se por ser o primeiro e o fundador das agências de viagens.

O avançar dos anos, demonstrou que existem diversos fatores influenciadores e influenciados pelo fenómeno turismo, sendo, portanto, visto como “uma realidade com expressão global, que abrange milhões de consumidores provenientes de (e destinados a) todos os continentes” (Umbelino, 2017, p.8). Recentemente, a Organização Mundial do Turismo [UNWTO] define turismo enquanto “social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes.¹” (UNWTO, 2021).

A indústria hoteleira é definida como indústria que engloba atividades económicas, como a prestação de alojamento a viajantes, prestação de serviços de alimentação e bebidas e a prestação de entretenimento aos viajantes (AHP, s.d.). Além disso, é identificada como indústria de hospitalidade, pois está encarregue da ação de bem receber as pessoas que de momento estão ausentes de suas casas (AHP, s.d.). Segundo Melissen (2014), hotelaria é: “the provision of (a combination of) accommodation, food, drink and involves a host and a guest;

¹ Traduzido pelo autor: fenómeno social, cultural e económico que envolve o movimento de pessoas para países ou lugares fora do seu ambiente habitual para fins pessoais e/ou comerciais/profissionais.

there are various kinds of hospitality and depending on the context, there are different ways to interpret and assess it.”² (Messilen, 2014, p.26)

Ao longo dos anos, nas cidades e capitais europeias destaca-se o turismo como uma importante atividade económica. Neste sentido, em 1958 em Praga surge a criação da organização dedicada ao turismo da cidade, *Prague Information Service* [PIS] (Prague City Tourism, 2021). Desde 2005, mais conhecida por *Prague City Tourism*, está focada na missão de “foster the development of both domestic and international tourism in the Czech capital”³. (Prague City Tourism, 2021). De acordo com *Statistical Yearbook of Prague* (2017), o número de hóspedes na cidade de Praga em 2014 de 6 milhões cresceu para cerca de 7 milhões em 2016. Crescimento que continuou a ser significativo, até ao ano 2019, com cerca de 8 milhões de hóspedes (*Statistical Yearbook of Prague*, 2021). No entanto, é de destacar um decréscimo bastante acentuado em 2020, devido à situação pandémica de SARS-CoV-19 (Tabela 1 – Crescimento do número de hóspedes em entidades de alojamento coletivo).

Tabela 1

Crescimento do número de hóspedes em entidades de alojamento coletivo em Praga

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hóspedes	6 096 015	6 605 776	7 127 558	7 652 761	7 892 184	8 044 324	2 182 443

Nota. *Statistical Yearbook of Prague*, 2021

Os anteriores dados (Tabela 1 - Crescimento do número de hóspedes em entidades de alojamento coletivo) identificam um acentuado crescimento no número de hóspedes ao longo dos anos. Verificando-se em 5 anos um aumento significativo de 2014 a 2019 de 2 milhões de

² Traduzido pelo autor: o fornecimento de (a combinação de) alojamento, comida, bebida e que envolve um anfitrião e um convidado; Existem vários tipos de hospitalidade e dependendo do contexto, existem diferentes formas de interpretá-la e avaliá-la.

³ Traduzido pelo autor: Promover o desenvolvimento do turismo doméstico e internacional na capital.

hóspedes em entidades de alojamento coletivo. Além disso, identifica-se o grande impacto da pandemia, que levou a um decréscimo de hóspedes entre 2019 e 2020 de cerca de 6 milhões.

O impacto do turismo na cidade não só se verifica no grande número de pessoas a chegar à cidade, mas também no crescimento de pequenas e médias empresas de apoio às atividades turísticas. Em 2015, era possível identificar na *Royal Way*⁴ cerca de 121 restaurantes e 168 lojas dos quais na sua maioria, lojas de lembranças, joias e vidro cristal (Dumbrovská, 2017). Para além das anteriores atividades económicas surge a indústria hoteleira, que transforma a cidade de Praga. Cerca de 26% do total de unidades de alojamento se encontram no centro histórico da cidade (Holešinská & Šauer, 2018). Segundo o Statista Research Department (2021), a República Checa é um dos países europeus com maior número de unidades de alojamento em hotéis e outras entidades de alojamento semelhantes em 2019. Além disso, em 2019 com cerca de 141 110 unidades de alojamento em hotéis e outras entidades de alojamento semelhantes, está entre o top 10 de países europeus com maior número de quartos junto de outros países como a Itália, Alemanha, Espanha, França e Portugal. (Statista Research Department, 2021). Além disso, destaca-se por ser dos países com maior número de estabelecimentos hoteleiros, com cerca de 9 426 estabelecimentos de alojamento, dos quais 816 encontram-se na capital Praga, que variam em categoria de estabelecimento e em dimensão (Prague City Tourism, 2021). Salienta-se que os hotéis de menor dimensão (cerca de 20 a 50 quartos) são uma tendência na cidade, devido à transformação de muitos dos edifícios residenciais na parte mais antiga da cidade (Kádár, 2018).

Praga, capital da República Checa, com cerca de 1.31 milhões de habitantes não se destaca por ser das maiores cidades europeias (Clark, 2021), mas sim pela sua cultura e herança. Existem diversos locais protegidos pela *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* [UNESCO], das quais se destaca o histórico e antigo centro da cidade, denominado de *Staré Město pražské* em checo (abrangendo os distritos de Old Town, Josefov, Lesser Town, Hradčany e Výšehrad); a cidade Český Krumlov, a cidade Kutná Hora entre

⁴ Percurso com cerca de 2.4 km, abrange os principais pontos turísticos da cidade, tais como, o Castelo de Praga, a Ponte de Carlos e a Praça da Cidade Velha

outros exemplos, que totalizam 15 locais protegidos (UNESCO, n.d.). Na cidade de Praga verifica-se os seguintes os locais mais visitados em 2018:

Figura 1

Número de visitantes a importantes locais turísticos



**Prague Major Tourist Sites and Events
Visitor numbers 2018***

Major Sites

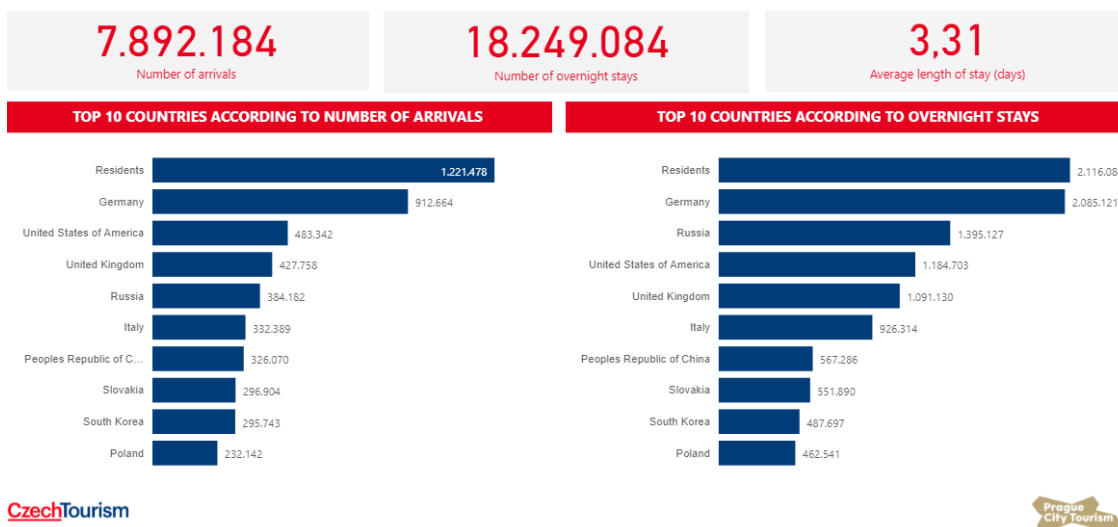
Site	Visitor numbers
Prague Castle	2,444,885 ¹
Petřín Funicular	2,032,300
Prague Exhibition Grounds	1,743,750
The City of Prague Museum	1,533,981
Prague Zoo	1,427,353
O2 Arena	950,000
Jewish Museum in Prague	721,193
Prague National Gallery	711,928
Petřín Lookout Tower	697,567
Old Town Hall	599,509
National Museum of Agriculture	592,555
National Theatre	513,882
Czech National Library of Technology	505,540
Municipal House	423,250
National Technical Museum	383,377
Prague Botanical Garden Troja	371,292
The Museum of Decorative Arts in Prague	362,350
Chairlift at the Zoo	330,965
Kingdom of Railways	261,495
New Town Hall	239,300

Nota. Prague City Tourism, 2018

Relativamente a Lisboa, capital de Portugal, com cerca de 2.8 milhões de habitantes (Eurostat, 2021). Lisboa é uma cidade maior que Praga, não só em termos de número habitantes, mas também em número de estabelecimentos hoteleiros. De acordo com dados de 2018, Portugal contém 5 964 estabelecimentos hoteleiros, dos quais 1006 estabelecimentos se encontram na cidade de Lisboa, enquanto Praga detém cerca de 816 estabelecimentos hoteleiros (Eurostat, 2021; Prague City Tourism, n.d.). Por sua vez, estes valores representam cerca de 98 mil unidades de alojamento (quartos disponíveis) em Praga e cerca de 120 mil unidades de alojamento em Lisboa (Eurostat, 2021). Além disso, em 2018 sobre o número de chegadas, Praga recebeu cerca de 7.8 milhões de chegadas sendo na sua maioria derivado de turismo doméstico (Prague City Tourism, 2021), como demonstra a seguinte figura.

Figura 2

Número de chegadas e outras características do turismo em Praga (2018)



Nota. Prague City Tourism, 2021

Os dados anteriores identificam um perfil de turista que na sua maioria são residentes da República Checa, que se deslocam à capital por um período médio de 3 noites. Verifica-se também grandes mercados emissores, como Alemanha, Estados Unidos da América, Reino Unido e Rússia.

Segundo Eurostat (2021) o número de hóspedes na cidade de Lisboa em 2014 de 5 milhões cresceu para cerca de 6 milhões em 2016. Crescimento que continuou a ser significativo, até ao ano 2019, com cerca de 8 milhões de hóspedes, como se verifica na seguinte tabela:

Tabela 2

Crescimento do número de hóspedes em entidades de alojamento coletivo em Lisboa

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hóspedes	5 383 436	5 881 337	6 408 317	7 222 793	7 620 805	8 302 199	Sem dados

Nota. Eurostat, 2021

Relativamente aos dados anteriores sobre o crescimento do número de hóspedes em Lisboa, destaca-se que em cinco anos, de 2014 a 2019 existiu um crescimento de cerca de 4 milhões de hóspedes na capital. Valores bastante superiores ao crescimento verificado em 3 milhões de hóspedes na cidade de Praga.

Em Lisboa, verifica-se a predominância do turismo doméstico, que oriundo das regiões norte e centro do país, apresenta uma estadia média de 2 a 3 noites (Visit Lisboa, 2019). Por sua vez, destaca-se dentro do turismo internacional os mercados emissores Brasil, França, Estados Unidos da América, Espanha, Alemanha, Reino Unido e Itália, cuja estadia é em média 4 a 5 noites (Visit Lisboa, 2019).

Em suma, Praga destaca-se pela sua centralidade na Europa, bem como, pela sua história e cultura que deixa muitos visitantes encantados, nomeadamente com o Castelo de Praga, o funicular de acesso à Torre Petřín, os diversos museus na cidade e o Jardim Zoológico. A cidade acolhe um grande número de turismo doméstico, bem como, turismo internacional proveniente de grandes mercados emissores, tais como, Alemanha, Estados Unidos da América, Reino Unido, Rússia e Itália. Verifica-se ainda a tendência do turista que em média dispõe de uma estadia de 3 a 4 noites na capital. Por sua vez, Lisboa apresenta algumas semelhanças em termos de características do turismo com Praga, para tal a seguinte tabela (Tabela 2 – Turismo e Hotelaria Praga e Lisboa) sintetiza as duas capitais.

Tabela 3*Turismo e Hotelaria Praga e Lisboa (Síntese)⁵*

Cidades	Demografia (em 2021)	Turismo (em 2018)	Hotelaria (em 2018)
Praga (República Checa)	1.31 Milhões de Habitantes	<p>Mercados Emissores:</p> <p>Alemanha; Estados Unidos da América; Reino Unido; Rússia; Itália.</p> <p>Média da Estadia: 3 / 4 noites.</p>	<p>Número de Hóspedes em Entidades de Alojamento Coletivo: 7 892 184</p> <p>Número de Estabelecimentos hoteleiros: 816</p> <p>(Número de Estabelecimentos hoteleiros no País: 9 426)</p> <p>Número de Quartos: 97 597</p> <p>(Número de quartos no País: 648 530)</p>
Lisboa (Portugal)	2.8 Milhões de Habitantes	<p>Mercados Emissores:</p> <p>Brasil; França; Estados Unidos da América; Espanha; Alemanha; Reino Unido; Itália.</p> <p>Média da Estadia: 4/5 noites</p>	<p>Número de Hóspedes em Entidades de Alojamento Coletivo: 7 620 805</p> <p>Número de Estabelecimentos Hoteleiros: 1006</p> <p>(Número de Estabelecimentos hoteleiros no País: 5 964)</p> <p>Número de Quartos: 120 234</p> <p>(Número de quartos no País: 741 235)</p>

Nota. Elaboração Própria, 2022

⁵ Os dados apresentados são referentes ao ano 201 pela simples razão de ser um período antes pandemia Covid-19, que permite uma melhor avaliação do fenómeno turismo e hospitalidade destas grandes cidades.

4.2 A Recepção – A porta da hospitalidade

Todo e qualquer hotel é organizado internamente em departamentos administrativos dependendo da dimensão do hotel existem 5 departamentos essenciais: Alojamento, *Food And Beverage*, Financeiro, Vendas e Recursos Humanos (Rutherford & O’Fallon, 2007). Destaca-se no departamento de alojamento, o *Front Office* por ser o primeiro contacto físico do cliente com o hotel, onde este é recebido e registado como hóspede (Rutherford et al., 2007). Consequentemente, o *front office* também conhecido como a recepção do hotel, é onde se cria uma relação de confiança e respeito entre o hotel e o hóspede (Andrews, 2013).

A recepção destaca-se por ser o centro do hotel, onde importantes decisões são tomadas em prol das restantes atividades operacionais do hotel, bem como, em prol da gestão e criação de lucro (Baum & Odgers, 2008). Segundo Liu e Liu (2021) as principais funções realizadas na recepção incluem o acolhimento do hóspede, o *check-in* e o *check-out*, a gestão dos quartos, o *night audit*, tratamento de reservas e caixa.

De todos os funcionários presentes no funcionamento das unidades hoteleiras, o rececionista é aquele que mais interage e que mais cria relação com os hóspedes (Mendoza, Yordanova, Juan, Garrido, Boretska & Cardona, 2020). De acordo com Chalupa, Chadt & Jenckova (2021), as principais e mais importantes habilidades e aptidões que deve ter um funcionário da recepção são “Empathy, Effective Communication, Responsiveness, Flexibility, Emotional Resilience and Conflict Resolution Skills”⁶ (Chalupa et al., 2021, p.4). Estas reconhecidas como *soft skills* e que estão diretamente envolvidas entre a relação do funcionário com o cliente (Chalupa et al., 2021). Outros autores destacam habilidades imprescindíveis num rececionista, tais como iniciativa, paciência e escuta ativa (Mendoza et al., 2020). Além disso, o rececionista pode ser uma vantagem para a promoção ativa do hotel, sendo que estes devem deter conhecimento sobre os diversos produtos oferecidos, bem como, informações e características sobre o hotel (Tarigan, 2021).

⁶ Traduzido pelo autor: Empatia, Comunicação Eficaz, Capacidade de Resposta, Flexibilidade, Resiliência Emocional e Competências de Resolução de Conflitos

Segundo Sharon & Goziker (2011) o conhecimento de idiomas é percebido como das capacidades mais importantes para um rececionista, bem como, a capacidade de trabalhar em equipa. O idioma inglês demonstra ser dos mais importantes conhecimentos linguísticos na área da Gestão do Turismo e da Hotelaria, destacando-se a vantagem de possibilitar uma maior facilidade na comunicação (Zou, Ramirez, Erazo, Encalada, 2019). De acordo com Zourgui (2021), a língua inglesa sendo reconhecida como idioma internacional utilizado em diversos setores de atividade, deve pertencer ao conjunto de capacidades do rececionista, que diariamente comunica com diversas culturas.

Neste sentido, verifica-se que a receção é dos departamentos mais importantes de um hotel. É na receção que o cliente começa a usufruir do produto que o estabelecimento oferece, ou seja, onde começa a sua satisfação das necessidades. Pelo que, se identifica o papel do rececionista como fulcral em receber, acolher e garantir a total satisfação do cliente. Para Jayawardena & Karunaratne (2010), um ponto importante na atitude do colaborador da receção é manter uma relação próxima e compreender o cliente para atingir as suas expectativas.

Além disso, o rececionista deve deter um perfil adequado à função, cujas *soft skills*, ou capacidades e competências devem envolver simpatia, respeito, atenção, comunicação, resolução de problemas, conhecimentos linguísticos, flexibilidade entre outros. Mankame (2021) no seu estudo sobre a importância do *front office* na satisfação do cliente refere que “competence significantly affects negative impression, that friendliness and service demeanor significantly affect positive impact, and that both positive and negative impact significantly affects guest satisfaction with the registration experience”⁷ (Mankame, 2021, p. 4545).

Peppers & Rogers (2011) identificam a importância da criação de uma relação com o cliente, não só criada pelo departamento de vendas, mas também por todos os restantes departamentos da organização. Além disso, é verificado que a gestão da relação com o cliente é importante para a criação de vantagem competitiva (Peter et al., 2011). Por sua vez, Rahimi, Koseoglu, Ersoy & Okumus (2017) referem as componentes de *Customer Relationship Management*

⁷ Traduzido pelo autor: competência afeta significativamente a impressão negativa, que a simpatia e o comportamento de serviço afetam significativamente o impacto positivo, e que tanto o impacto positivo como o negativo afetam significativamente a satisfação dos hóspedes com a experiência de registo”.

[CRM]: pessoas, tecnologias e processos, essenciais para as empresas de hotelaria e turismo alcançarem e reterem os seus clientes. Neste sentido, a criação e a gestão do relacionamento com o cliente são identificados como estratégias importantes para a fidelização de clientes e consequentemente para a criação de lucro nas empresas (Peppers et al., 2011; Rahimi et al., 2017).

Segundo Yilmaz (2018), os rececionistas são importantes para a criação de relacionamento com os clientes. Na forma que, durante o processo de *check-in* “gentle and polite employees -who deliver the service on time and have good communication skills - create positive impressions and memories on guests⁸” (Yilmaz, 2018, p. 21). Por sua vez, o mesmo se verifica no processo de *check-out* que seja “patience, carefulness and speediness⁹” (Yilmaz, 2018, p.21). De acordo com, Alananzeh, Masadeh, Jawabreh Mahmoud & Hamada (2018) os serviços de *front office* tem uma grande influência na criação de satisfação no cliente. Além disso, salienta os rececionistas com o papel de criação de relacionamento com cliente, estando presentes durante a estadia do cliente e na resposta às necessidades dos mesmos (Alananzeh et al., 2018).

Em suma, identifica-se que todo e qualquer estabelecimento hoteleiro necessita de criar e gerir o relacionamento com o cliente, sendo esta uma das formas de atrair e fidelizar o cliente ao hotel. Além disso, salienta-se o papel do rececionista que está presente desde o processo de *check-in* até ao *check-out* do cliente, e que cujos comportamentos são marcantes no cliente.

⁸ Traduzido pelo autor: funcionários gentis e educados - que prestam o serviço a tempo e têm boas capacidades de comunicação - criam impressões positivas e memórias nos hóspedes

⁹ Traduzido pelo autor: paciente, cuidadoso e rápido

4.3 O Cliente Interno

O conceito de cliente interno encontra-se, de forma geral, relacionado aos termos marketing interno e qualidade de serviço interno, que indicam uma relação direta com a satisfação do cliente interno. (Turkoz & Akyol, 2008; Ruizalba, Bermúdez-González, Rodríguez-Molina & Blanca, 2014; Al-Ababneh, Masadeh, Al-Shakhsheer & Hablballah, 2018; Nart, Sututemiz, Nart, & Karatepe, 2019; Rihayana, Salain, & Rismawan, 2021). Entende-se por marketing interno: “means that managers must view employees as customers, view their work as products, and try to design these products as best they can to meet consumer tastes”¹⁰ (Rihayana, Salain, & Rismawan, 2021, p.15). Neste sentido, alguns exemplos de praticar o marketing interno é com a atribuição de recompensas conforme o desempenho do funcionário, a recorrente comunicação entre funcionário e superiores e a formação e desenvolvimento dos funcionários (Rihayana et al, 2021; Nart, Sututemiz, Nart, & Karatepe, 2019). O termo qualidade de serviço interno indica a percepção do cliente interno sobre a organização onde está inserido, ou seja, a avaliação da sua satisfação e a consequente prática de compromisso com a organização (Nart et al, 2019; Shakya & Tamang, 2020). De acordo com Shakya et al. (2020) das 5 dimensões na qualidade de serviço interno, destaca-se a dimensão *Empathy*, relacionado com o bem-estar emocional dos empregados.

Estudos indicam que o cliente interno, ou seja, os funcionários encontram satisfação no seu emprego quando são valorizados e enaltecidos dentro da organização em que estão inseridos (Turkoz & Akyol, 2008; Ruizalba, Bermúdez-González, Rodríguez-Molina & Blanca, 2014; Al-Ababneh, Masadeh, Al-Shakhsheer & Hablballah, 2018; Nart, Sututemiz, Nart, & Karatepe, 2019; Rihayana, Salain, & Rismawan, 2021). Segundo Ampofo (2020), existe uma relação entre a satisfação do funcionário com o emprego e o seu compromisso com a organização. Da qual é destacado que “social support, training, and rewards”¹¹ são os principais fatores

¹⁰ Traduzido pelo autor: significa que os gerentes devem observar os funcionários como seus clientes, e identificar o trabalho dos mesmos como produto e tentar projetar esses produtos da melhor forma possível para atender aos gostos dos clientes

¹¹ Traduzido pelo autor: apoio social, formação e recompensas

envolvidos na criação de satisfação e de compromisso com o emprego e com a organização (Ampofo, 2020).

De acordo com AlKahtania, Iqbalb, Sohailc, Sherazd, Jahane, Anwarf & Haiderg (2021), a ampliação das capacidades dos funcionários (referido como *employee empowerment*) é outro importante fator envolvido na satisfação do funcionário e no seu compromisso com a organização. O termo *employee empowerment*, significa atribuir ao funcionário maior capacidade de decisão, desenvolver a sua autoconfiança e permitir a liberdade na realização das suas funções diárias (AlKahtania et al., 2021). Além disso, estudo revela que as competências dos supervisores têm alguma influência na satisfação com o emprego (Gorenak, Spindler & Brumen, 2019). Segundo Gorenak et al. (2019), as competências dos supervisores estão relacionadas com o delegar mais responsabilidades no funcionário, promover um ambiente livre para a criação, apoiar na oferta de serviço de qualidade e instruir e desenvolver as capacidades dos funcionários. Neste sentido, a liderança é vista como importante fator para o alcance da satisfação do emprego e conseqüentemente melhoria no desempenho do funcionário (Pudyaningsih, Dwiharto, & Ghifary, 2020)

Entende-se que o cliente interno (empregados) na área dos serviços se define como todo e qualquer funcionário necessário à produção de algo que é intangível, inseparável, perecível e variável (a oferta turística). Por sua vez, este necessita de trabalhar em ambiente que o permita crescer e desenvolver as suas capacidades. Os gerentes e outros superiores, com o papel de líder devem confiar, respeitar e satisfazer as necessidades dos funcionários em prol da melhoria do seu desempenho e compromisso e conseqüentemente em prol do crescimento da organização.

Em suma, “the work engagement of internal customers (...) in the organizations directly affect the relation with customers and eventually with their satisfaction. This ultimately leads to organizational success and failure.”¹² (Shakya et al. ,2020, p. 74).

¹² Traduzido pelo autor: o compromisso no trabalho dos clientes internos (...) dentro das organizações afeta diretamente a relação com os clientes e eventualmente com a sua satisfação. Em última análise, isso leva ao sucesso e ao fracasso organizacional.”

De acordo com Almeida, Souza & Mello (2010) a comunicação interna é essencial para os funcionários receberem informação e conseqüentemente promover uma qualidade de serviço. Dos diversos canais de distribuição existentes, salienta-se a importância na forma de que a comunicação é utilizada e entregue no meio interno da organização tendo em conta os seguintes fatores (Almeida et al., 2010):

- O cliente interno: segmentar os diversos grupos dentro da organização, e identificar a melhor opção de transmissão da informação mediante as características do grupo;
- O cuidado com a linguagem e a sua atratividade: coerência na linguagem e uso de recursos visuais que permitam melhorar a compreensão e a atratividade da informação;
- A comunicação é um processo: a comunicação interna deve ser identificada como uma abordagem que requer planejamento e estratégia para alcançar os devidos objetivos.

Benedicto, Sugahara, Filho & Sousa (2017) refere que a comunicação interna deve ser observada enquanto um processo dinâmico e complexo, cujo uso deve recorrer a estratégia, inovação e criatividade em prol da organização. Também Verčić, Ćorić, & Vokić (2021) identifica que a comunicação interna tem impacto na satisfação do funcionário e conseqüentemente no seu desempenho profissional.

A comunicação interna na hotelaria, nomeadamente no departamento de Front Office, pode se dividir em comunicação vertical (exemplo: funcionário e supervisor) e comunicação horizontal (exemplo: rececionista e rececionista) (Fakhiri & Marini, 2019). De acordo com Fakhiri et al. (2019) independentemente do tipo de comunicação, se forem fracas e pouco usuais no departamento de Front Office, isso irá diretamente afetar o serviço e por sua vez a satisfação do hóspede.

Neste sentido, Ardiana, Andjarwati, & Wulandari (2020) verifica que a utilização de *Standard Operation Procedures* [SOP] influenciam o desempenho e a produtividade dos funcionários. Entende-se por SOP, enquanto conjunto de diretivas que “can guide employees to work quickly but precisely, so that errors in work can be minimized”¹³ (Ardiana et al., 2020, p.29). Segundo

¹³ Traduzido pelo autor: pode orientar os funcionários a trabalhar de forma rápida, mas precisa, para que os erros no trabalho possam ser minimizados

Wijayanti, Titisari, Siddi, & Dewi (2021) o SOP ao conter as situações e as formas de proceder em cada situação permite desenvolver o desempenho dos funcionários.

Em suma, verifica-se que a comunicação interna, seja esta vertical ou horizontal é dos fatores mais importantes dentro de toda e qualquer organização. Salienta-se que o setor hoteleiro deve identificar a comunicação interna como fulcral para a garantia da qualidade de serviço, satisfação do hóspede e conseqüentemente satisfação do cliente interno. Neste sentido, a aplicação de procedimentos de operação standard são uma forma de praticar a comunicação, bem como, uma forma de melhoria do desempenho do cliente interno.

V. Hermitage Hotel Praga

5.1 História do Hotel

O edifício situado na rua Svobodova, nº 1 em Praga, República Checa tem mais de 110 anos (Hermitage Hotel Praga, 2021). Originalmente construído em 1907, enquanto uma oficina gráfica, onde durante 90 anos, centenas de imagens, e diversas publicações foram impressas em papel. Além disso, é também o local onde foram impressos os primeiros selos checoslovacos (em 1918), acontecimento importante na história do país. No entanto, em 2005 a tipografia é encerrada (Hotel Hermitage

Praga, n.d.). Em meados do século XXI, o edifício é transformado, sendo o seu interior adaptado ao formato de um hotel. Surge assim, o primeiro hotel, denominado Park Inn Hotel, membro do grupo hoteleiro Radisson Hotel Group. Após 10 anos sob a gestão e controle da cadeia hoteleira, surge outra transformação. Em janeiro de 2020 dá se a renovação do hotel sob uma nova direção. Atualmente conhecido como Hermitage Hotel Praga, um elegante hotel de quatro estrelas e independente.

O hotel garantiu que a história do edifício fosse protegida e preservada mantendo a fachada exterior intocada, bem como os tetos altos e a estrutura principal do edifício. A fachada exterior apresenta características de *Art Nouveau*, das quais se destaca os

motivos florais, esculturas de animais e

antigos símbolos de impressão, mantidos desde a sua construção original (Hermitage Hotel Praga [@HermitageHotelPrague], 2021). Ao se adaptar o edifício a um hotel, um segundo edifício foi interligado ao edifício original, mantendo o design original permitiu aumentar o número de quartos disponíveis. Surge assim, o edifício B, que apenas se conecta com o edifício A (edifício original) na área da recepção (no rés-do-chão).

Figura 3

Interior da Gráfica (entre 1907 e 2005)



Nota. Arquivo do Hotel, s.d.

Figura 4

Exterior Atual do Hotel

Por sua vez, a história também foi mantida no interior através de vários detalhes e decorações, tais como: na recepção as cores suaves que enaltecem a exposição de páginas antigas de jornais; as paredes do lobby que demonstram o tijolo do edifício original; o restaurante e bar denominado *Type* preserva imagens e factos sobre a gráfica nas suas paredes; e finalmente as salas de reuniões, ao qual foram atribuídas nomes de diferentes fontes de letras e muitos outros pequenos detalhes expostos ao longo do hotel.



5.2 Visão e Valores

Nota. Arquivo do Hotel, s.d.

De acordo com a Kantabutra & Avery

(2010), a visão representa a principal razão de existência de uma empresa, bem como dirige as decisões administrativas e estratégicas ao longo do tempo. De certa forma, a visão apresenta-se como a ambição a longo prazo da empresa. Neste sentido, a visão do hotel Hermitage Hotel Praga é “to be the company of choice for guests, owners and talent¹⁴” (Radisson Hotel Group, n.d.). Além disso, os valores que o hotel segue e exalta são:

“We deliver memorable moments every day, everywhere, every time”, “Yes I Can! spirit”, “We grow talent, talent grows us”, “We are many minds, with one mindset”, “We value open and direct interactions to build trust”, “We believe anything is possible”, “We have fun in all that we do”¹⁵ (Radisson Hotel Group, n.d.)

¹⁴ Traduzido pelo autor: ser a empresa preferida de hóspedes, proprietários e talentos

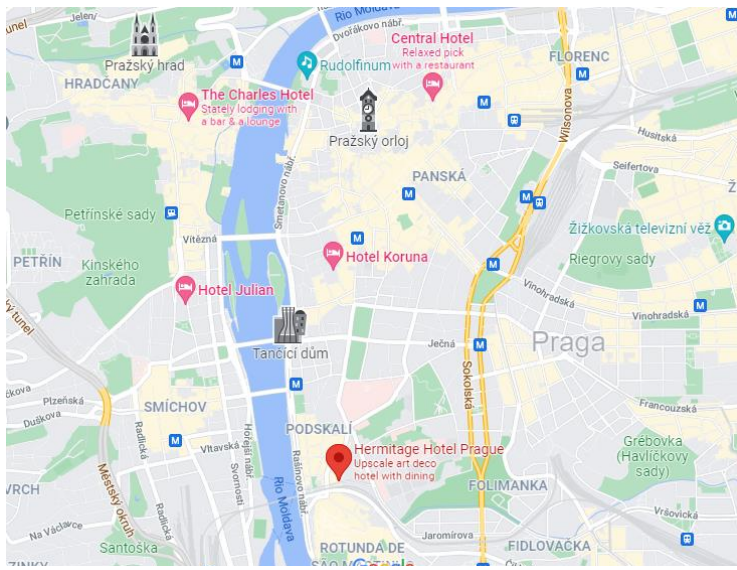
¹⁵ Traduzido pelo autor: “Entregamos momentos memoráveis, todos os dias, em todos os lugares, sempre”, “Sim, eu posso!”, “Nós desenvolvemos talento, o talento nos faz crescer”, “Somos muitas mentes, com uma mentalidade”, “Valorizamos interações abertas e diretas para construir confiança”, “Acreditamos que tudo é possível”, “Nos divertimos em tudo que fazemos

Salienta-se que desde a recente transferência da unidade hoteleira para hotel independente, a visão e os valores da empresa permanecem os mesmos que o Radisson Hotel Group. No entanto, no futuro serão alterados e adaptados ao novo hotel.

5.3 Localização

Figura 5

Localização do Hotel



Nota. Google Maps, 2021

Praga (35 minutos a pé), o Castelo de Praga (45 minutos a pé), a Torre Petřín (45 minutos a pé) e o Centro de Congressos de Praga (20 minutos a pé). Além disso, o hotel fica próximo de supermercados, como o Tesco, a Pepco e o Lidl, bem como bons restaurantes e cafés locais.

O aeroporto mais próximo, o Aeroporto Václav Havel Praga, fica a 12 km do hotel, e pode ser alcançado em 45 minutos de transporte público, ou 30 minutos de táxi ou uber. Além disso, o hotel oferece transporte do aeroporto para o hotel com respectivo custo fixo de 750 czk. A estação ferroviária principal, Praha Hlavní Nádraží, pode ser alcançada em 30 minutos a pé, 15 minutos de transporte público, ou 8 minutos de táxi ou uber. A principal estação rodoviária, Praga Florenc, pode ser alcançada em 45 minutos a pé, 15 minutos de transporte público, ou 8 minutos de táxi ou uber. Além disso, o hotel está perto de duas paragens de elétrico, a paragem Albertov e a paragem Výton, que permitem ao hóspede uma rápida viagem às principais atrações da cidade.

A unidade hoteleira está localizada na cidade de Praga, capital da República Checa. O rio Vltava pode ser alcançado em apenas 5 minutos a pé, bem como um dos lugares mais importantes da história checa, o parque Vyšehrad. Outras atrações importantes estão perto do hotel, como o Jardim Botânico (5 minutos a pé), a Casa Dançante (15 minutos a pé), o Teatro Nacional (20 minutos a pé), a Ponte de Charles VII (30 minutos a pé), o Relógio Astronómico de

5.4 Instalações do Hotel

O Hermitage Hotel Prague para além de fornecer alojamento, detêm de serviços como fornecimento de comidas e bebidas, oportunidade de realizar eventos e reuniões entre outras comodidades do hotel. De seguida, é apresentada mais informação detalhada sobre cada um dos serviços oferecidos no hotel.

5.4.1 Quartos

O hotel oferece 4 categorias de quartos num total de 210 quartos distribuídos por 5 andares em dois edifícios adjacentes.

- Quarto Standard

Figura 6

Quarto Standard



O quarto Standard, cujo tamanho varia de 20 m² a 22 m², fornece ocupação para um máximo de 2 adultos. Este quarto está disponível com duas camas individuais, cama *queen* ou cama *king*, equipado com casa de banho com duche, uma televisão, roupeiro, cofre e uma secretaria. E, com comodidades para fazer chá e café, *minibar*, secador de cabelo, toalhas, shampoo e gel de banho, e opção de serviço de lavandaria. O total de quarto *standard* é de 135, dos quais 3 são quartos acessíveis, 22 quartos têm cama *king*, 44 têm duas camas individuais e 66 têm cama *queen*.

Nota. Hermitage Hotel Prague, 2021

- Quarto Superior

Figura 7

Quarto Superior

O quarto Superior, cujo tamanho varia de 23 m² a 26 m, proporciona ocupação para um máximo de 3 adultos. Este quarto está disponível com duas camas individuais, cama *queen* ou cama *king*, equipado com casa de banho com duche, uma televisão, cofre, roupeiro e uma secretaria. Esta categoria de quarto permite a adição de uma cama extra, com o custo de 30 euros/noite. E, com comodidades para fazer chá e café, um *minibar*, secador de cabelo, toalhas de banho, *shampoo*, condicionador e de gel de banho, cofre e lavanderia. O total de quartos superiores é 52, dos quais 31 têm cama *king*, 12 têm duas camas individuais e 9 têm cama *queen*.



Nota. Hermitage Hotel Prague, 2021

- Quarto Superior com Terraço

O quarto Superior com Terraço cujo tamanho varia de 27 m² a 34 m² proporciona ocupação para um máximo de 3 adultos. Este quarto está disponível com cama *queen* ou cama *king* e equipado com duche e banheira, uma televisão, cofre, roupeiro e secretária. Esta categoria de quarto oferece a opção de adicionar uma cama extra, de acordo com um custo extra de 30 euros/noite. E, com comodidades para fazer chá e café, *minibar*, secador de cabelo, toalhas, *shampoo* e gel de

Figura 8

Quarto Superior com Terraço



Nota. Hermitage Hotel Prague, 2021

banho, opções de lavanderia, roupão, chinelos e uma cafeteira *Nespresso*. O total de quartos Superior com Terraço é de 20, dos quais 11 têm cama *king* e 9 têm cama *queen*.

- Quarto Suite

Figura 9

Suite



Nota. Hermitage Hotel Prague, 2021

shampoo, condicionador e gel de banho, cofre, opções de lavanderia, roupão, chinelos e cafeteira *Nespresso*, bem como, a oferta de estacionamento gratuito. No total existem 3 suítes no hotel.

O quarto Suite, cujo tamanho é de 62m², proporciona ocupação para um máximo de 4 adultos. Este quarto está disponível com cama *king*, uma sala de estar separada e vista panorâmica. Além disso, está equipado com duche, banheira, uma televisão, cofre, roupeiro, secretária e sofá. Esta categoria de quarto oferece a opção de adicionar uma cama extra, de acordo com um custo extra de 30 euros/noite. E, com comodidades para fazer chá e café, *minibar*, secador de cabelo, toalhas,

5.4.2 Restaurante

O Restaurante Type, situado no rés-do-chão do hotel, serve pequeno-almoço em formato buffet das 7 horas às 10 horas da manhã todos os dias da semana, e até às 11 horas da manhã ao fim de semana. O restaurante oferece um pequeno-almoço totalmente saudável e diversificado, com opções sem glúten, opções vegan e opções sem lactose (mediante solicitação). O buffet inclui frutas frescas, cereais, iogurtes, ovos (mexidos e cozidos), enchidos, variedade de pães, legumes, queijos e diversas charcutarias, pastelaria e muitas outras opções. Após a atual situação da pandemia covid-19, o restaurante fecha após o pequeno-almoço, reabrindo mais tarde das 18 horas até às 22 horas da noite para o jantar com menu à la carte. O menu oferece uma seleção de cozinha tradicional checa, bem como uma variedade de pratos internacionais.

Figura 10

Restaurante Type



Nota. Hermitage Hotel Prague, 2021

5.4.3 Bar

O bar Type situado no rés-do-chão do hotel, está aberto das 17 horas até às 22 horas da noite. Oferece uma ampla seleção de bebidas, desde bebidas espirituosas a cocktails que podem ser preparados. Por outro lado, no menu tem também a possibilidade de experimentar algumas das tradicionais cervejas checas.

Figura 11

Bar Type



Nota. Hermitage Hotel Prague, 2021

5.4.4 Recepção

A recepção situa-se no rés-do-chão do hotel, estando aberta 24 horas por dia. As horas habituais de check-out são até às 12 horas, e o período de check-in inicia às 15 horas prolongando-se até à meia-noite. Nesta que é a parte central do hotel, os hóspedes podem ver os seus pedidos e perguntas respondidas, via telefone ou conversa presencial. Há também, uma área de lobby onde os hóspedes podem trabalhar pacificamente ou apenas relaxar com várias cadeiras disponíveis e mesas. Funciona também como a única ligação entre o edifício A (edifício principal) e o edifício B (novo edifício) que formam o hotel.

Figura 12

Recepção



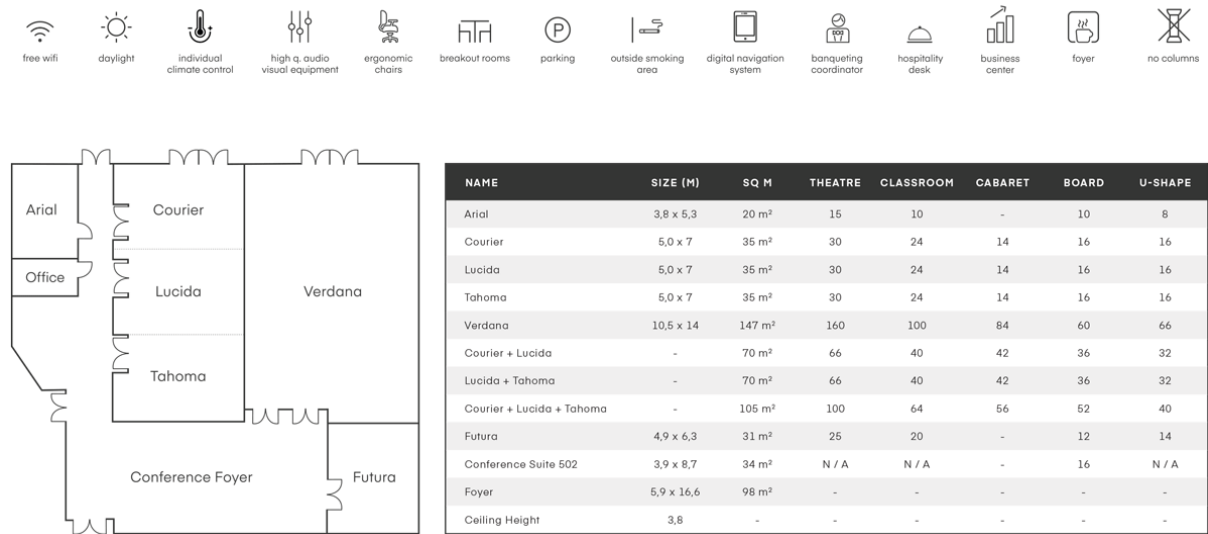
Nota. Hermitage Hotel Prague, 2021

5.4.5 Salas de reuniões e eventos

No piso térreo do hotel, podem ser organizadas reuniões e eventos nas seguintes salas: Arial, Verdana, Futura, Courier, Lucida e Tahoma. As 6 salas podem se conjugar entre si proporcionando eventos para um máximo de 160 pessoas. Todas as salas de reuniões estão equipadas com tecnologia audiovisual, mobiliadas com cadeiras e mesas, e algumas têm acesso a luz natural.

Figura 13

Salas de reuniões e eventos



Nota. Hermitage Hotel Prague, 2021

5.4.6 Fitness

Figura 14

Fitness



Nota. Hermitage Hotel Prague, 2021

O hotel oferece um centro de fitness aberto 24 horas todos os dias. No sexto andar, do edifício B, o hóspede pode usar qualquer um dos equipamentos de exercício fornecidos. Há ainda um terraço com cadeiras e mesas, onde o hóspede pode ter acesso a uma vista panorâmica sobre a cidade, que alcança desde o Castelo de Praga até ao Parque de Vyšehrad e com um vislumbre do rio Vltava.

5.4.7 Garagem e estacionamento exterior

O hotel oferece duas opções de estacionamento, uma garagem interior com 30 lugares de estacionamento no piso subterrâneo com um custo de 22 euros por noite. E também, a possibilidade de estacionamento exterior localizado na rua do hotel com 10 espaços de estacionamento e um lugar de estacionamento para dois autocarros, com um custo de 15 euros por noite.

5.5 Organização de departamentos

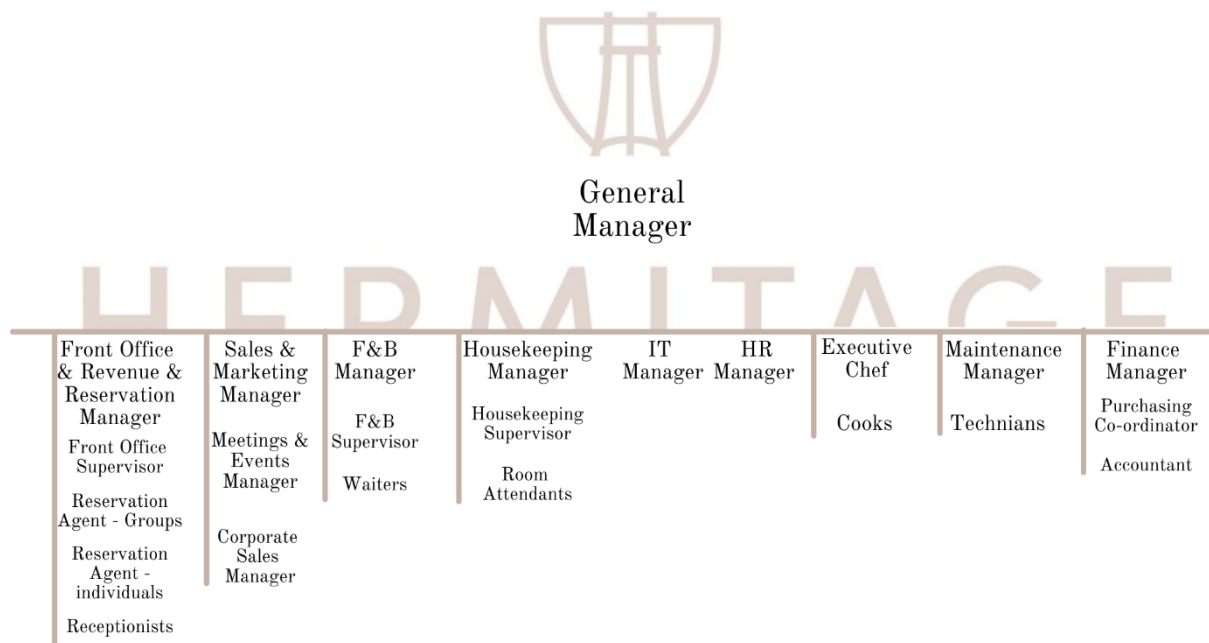
O Hermitage Praga Hotel está dividido em nove departamentos principais: *Front Office*, *Sales & Marketing*, *Housekeeping*, *Kitchen*, Recursos Humanos, *Food & Beverage*, Manutenção, *IT* e Financeiro. Embora, durante a pandemia covid-19, os departamentos da unidade hoteleira sofreram algumas alterações, resultando em menor quantidade de staff e numa partilha de responsabilidades. Mas a atual organização dos departamentos é o seguinte:

- Diretor Geral - Miroslav Forejtek
- *Front Office* - Bohuslav Macháček (Diretor de *Front Office & Revenue*), Ondřej Skoupý (Supervisor do *Front Office*), Linda Janíková (Agente de Reservas – Grupos), Eva Šmejkalová (Agente de Reservas – Individuais), Rececionista
- *Sales & Marketing* – Lukáš Moureček (Diretor de *Sales & Marketing*), Christopher Downs (Diretor de *Corporate Sales*), Veronika Turočová (Diretora de *Meetings & Events*)
- *Housekeeping* - Vitězslav Juřica (Diretor de *Housekeeping*), Supervisores de Limpeza, Assistentes de Quarto
- Departamento de Recursos Humanos - Barbora Macháčková (Diretora de Recursos Humanos)
- *F&B* - Aleš Píkal (Director de *Food & Beverage*), David Šnajdr (Supervisor de *F&B*)
- *Kitchen* - Miloš Fojt (Chef Executivo), subchefes
- Departamento de Manutenção - Petr Hoffmann (Engenheiro-Chefe)
- Departamento de Finanças - Milan Lacina (Gestor Financeiro)
- Departamento de TI - Peter Fárník (Diretor de *IT*)
- Segurança (disponível apenas a partir das 20 horas da noite até às 8 horas da manhã)

De seguida o diagrama estrutural (Figura 15) mostra o organograma dos departamentos do hotel:

Figura 15

Organograma do Hotel



Nota. Elaboração Própria, 2022

5.6 O Cliente do Hotel

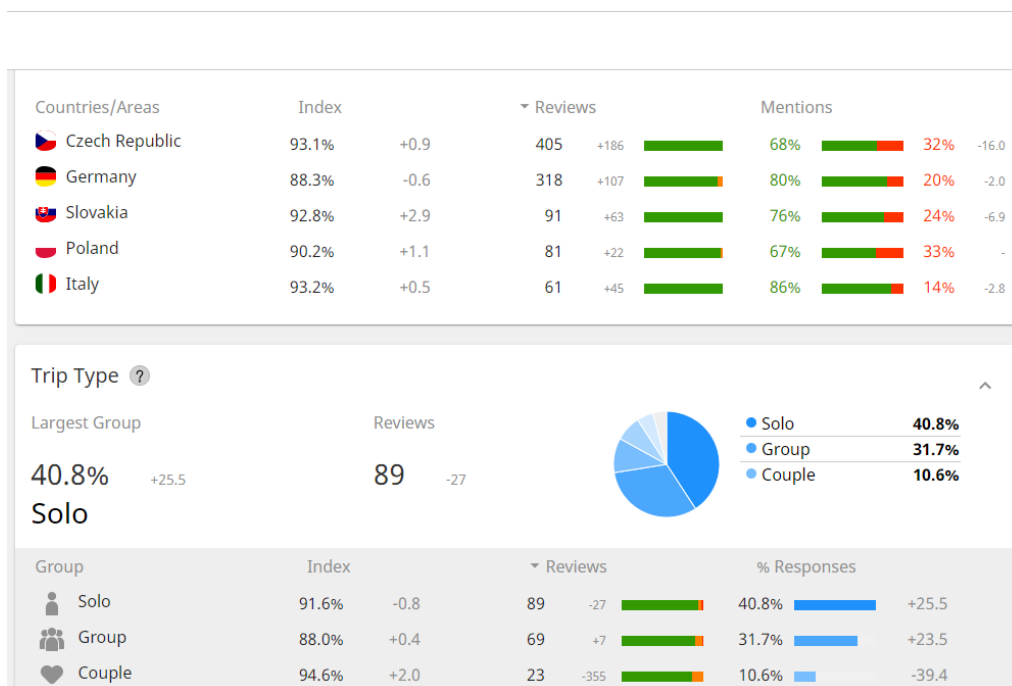
Segundo Camilleri (2018) toda e qualquer empresa se encontram em posição difícil de satisfazer as necessidades de todo e qualquer cliente. No entanto, a empresa ao direcionar o seu foco e estratégia para um segmento de mercado, que detém características semelhantes, permite uma maior facilidade em atrair o cliente ao produto da empresa (Camilleri, 2018).

O Hermitage Hotel Prague destaca-se por não se focar em um único segmento de mercado. Segundo Bohuslav Macháček (Front Office, Reservations & Revenue Manager), o ideal é o hotel conseguir captar uma diversidade de segmentos e saber responder às necessidades dos mesmos. Verificou-se que o hotel capta grandes segmentos de mercado, nomeadamente o turista de lazer e o turista de negócios, cuja geografia advém de países próximos tais como,

Alemanha, Eslováquia, Polónia e Itália, bem como o turista doméstico. A seguinte figura (Figura 16), relaciona as alterações no cliente do hotel entre os anos 2020 e 2021.

Figura 16

Comparação anual entre 1 janeiro 2020 a 31 dezembro 2020 com 1 janeiro 2021 a 31 Dezembro 2021



Nota. ReviewPro, 2022

Entre 2020 e 2021 verifica-se que o perfil do cliente se manteve com poucas alterações. Pelo que, na sua maioria o cliente viaja sozinho ou em casal, com predominância de nacionalidade checa. Algo também verificado pela estudante no decorrer do estágio, na qual se identificou um grande número de turista de negócios oriundo da República Checa, e de turista de lazer (casal) oriundo de Alemanha, Polónia e Itália, bem como outros mercados emissores.

Salienta-se ainda, algumas das principais características atrativas identificadas pelos hóspedes do hotel, tais como o serviço, a localização, a qualidade e o valor do alojamento. A seguinte imagem (Imagem 17), demonstra as principais qualidades identificadas pelo cliente do hotel.

Figura 17

Key Drivers¹⁶



Nota. ReviewPro, 2021

5.7 Concorrência Direta

A identificação da concorrência direta, ou seja, os hotéis semelhantes que atraem o mesmo segmento de mercado, é visto como um importante processo a efetuar no âmbito da estratégia do hotel (Mohammed, Guillet, Law, 2014). Neste sentido, para identificar os hotéis incluídos no denominado *competitive set* deve-se analisar “product and service offerings, price/rate, facilities, star rating, brand positioning and image, size (number of rooms and/or sizes of the rooms) and technology deployment.” (Mohammed et al., 2014, p.38).

Numa primeira fase de filtração sobre a concorrência direta do hotel em estudo, foi questionado Bohuslav Macháček (Diretor de Front Office, Reservas e Revenue), que possibilitou o fornecimento dos seguintes hotéis presentes no *competitive set* do Hermitage Prague Hotel.

- **Vienna House Andel's Prague**

¹⁶ O programa ReviewPro apresenta o Key Drivers que afetam a reputação online do hotel. Quanto maior a palavra, maior o volume de comentários (reviews online). Por sua vez, quanto mais escuro o tom verde mais positivo é o comentário.

O Vienna House Andel 's prague, localizado em Praha 5 -Smíchov, pertence ao grupo hoteleiro Vienna House. Hotel de 4 estrelas, que oferece alojamento num total de 231 quartos (de categoria *Superior a Executive*), 8 suites, bem como, 22 *studios* e 51 apartamentos para estadias prolongadas. Para além disso, oferece o serviço de restaurante e bar e 12 salas de eventos com capacidade máxima para 554 pessoas, bem como spa (equipado com sauna, solário e banho de vapor), fitness e estacionamento interior. A receção está disponível durante 24 horas, com possibilidade de o hóspede utilizar um aplicativo para telemóvel denominado de *Concierge Mobile*.

- **Botanique Hotel Prague**

O Botanique Hotel Prague localizado em Praha 8 - Karlín. Hotel de 4 estrelas oferece alojamento em 214 quartos (de categoria *Classic, Superior e Premium*), bem como, restaurante e bar, estacionamento interior, ginásio e 3 salas de conferência. A receção está disponível 24 horas.

- **Pentahotel Prague**

O Pentahotel Prague está localizado em Praha 8 - Karlín. O hotel independente de 4 estrelas oferece alojamento em 214 quartos (de categoria *Classic, Superior e Premium*), bem como, restaurante e bar, ginásio e 3 salas de conferência. A receção está disponível 24 horas.

- **Holiday Inn Prague Congress Centre**

O Holiday Inn Prague Congress Centre localizado em Praha 4 – Nusle. O hotel de 4 estrelas e pertencente ao grupo hoteleiro InterContinental Hotels Group [IHG] oferece alojamento em 254 quartos (de categoria *Standard, Executive e Suite*), bem como, restaurante e bar, pequeno ginásio e 5 salas de conferência, com capacidade máxima de 200 pessoas. A receção está disponível 24 horas e serviço de massagens das 7 horas até às 22 horas.

Em suma, a seguinte tabela (Tabela 4 – *Competitive Set*) apresenta as características de cada hotel presente no *competitive set* do Hermitage Prague Hotel.

Tabela 4*Competitive Set*

Hotel	Categoria (Número de Quartos)	Localização	Preço/ noite ¹⁷ (€)	Ranking TripAdvisor	Ranking Booking.com	Serviços disponíveis
Hermitage Hotel Prague	4 Estrelas	2,2 km do centro	74	54 de 683 hotéis em Praga	9,1	Restaurante
	Independente (210 quartos)		- 160			Bar Garagem Fitness
Vienna House Andel's Prague	4 Estrelas	2,3 km do centro	72	119 de 683 hotéis em Praga	9,0	Restaurante
	Afiliado (231 quartos)		- 123			Bar Garagem Fitness Spa
Botanique Hotel Prague	4 Estrelas	1,4 km do centro	71	51 de 683 de 683 hotéis em Praga	8,9	Restaurante
	Independente (214 quartos)		- 100			Bar Garagem Fitness
PentaHotel Prague	4 Estrelas	2,5 km do centro	75	128 de 683 hotéis em Praga	8,7	Restaurante
	Independente (sem dados)		- 115			Bar Fitness

¹⁷ Preços visualizados no website oficial de cada hotel, com estadia de 6 de fevereiro a 7 de fevereiro para dois adultos, sem pequeno-almoço incluído. (Acedido a 27 de novembro de 2021).

Holiday Inn Prague Congress Centre	4 Estrelas		65			Restaurante
	Afiliado	3 km do centro	-	347 de 683 hotéis em Praga	8,5	Bar
	(254 quartos)		102			Garagem
						Pequeno Fitness
						Massagens

Nota. TripAdvisor, 2021; Booking.com, 2021; Elaboração Própria, 2021

Da análise da concorrência direta retira-se que o maior concorrente do hotel é o Vienna House Andel 's prague em termos de preços e satisfação do cliente na Booking.com, porém perante o ranking do Tripadvisor o concorrente que se destaca é o Botanique Hotel Prague. É possível notar que o Hermitage Prague Hotel consegue fazer face ao seu concorrente direto PentaHotel Prague e ao Holiday Inn Prague Congress Centre em termos da sua proximidade ao centro da cidade e aos serviços disponíveis. Em suma, destaca-se o Hermitage Prague Hotel por conseguir fazer face aos seus concorrentes e gerar vantagem competitiva.

5.8 Análise SWOT

Segundo Stimpson & Joyce (2017) a análise estratégica é essencial para toda e qualquer empresa pois permite avaliar a situação atual da empresa e verificar a necessidade de futuras estratégias. Desta forma, a análise estratégica denominada SWOT, é parte do processo de identificar o estado atual da empresa e útil no planeamento de uma estratégia para o futuro da empresa. (Stimpson et al., 2017).

Tabela 5*Análise SWOT*

Forças	Fraquezas
<p>Reconhecido por hóspedes afiliados ao grupo Radisson;</p> <p><i>Know-how</i> do staff – manteve a maioria da equipa;</p> <p>Estacionamento interior e exterior;</p> <p>Diversidade de serviços: restaurante, alojamento, ginásio, eventos;</p> <p>Edifício histórico e protegido.</p>	<p>Hotel independente – transição recente, cujo novo nome ainda tem pouca notoriedade;</p> <p>Presença na Internet – nomeadamente nas redes sociais é fraca;</p> <p>Não há garantia de estacionamento suficiente;</p> <p>Edifício histórico representa ter limitação do espaço.</p>
Oportunidades	Ameaças
<p>Localização que permite acessibilidade a transportes públicos e de principais atrações;</p> <p>Proximidade a importantes pontos turísticos, ao rio Vltava e ao centro de conferências onde se realiza eventos ao longo do ano;</p> <p>Vírus <i>SARS-CoV-19</i> - Permitiu que a realização das renovações e facilitou a transição da gestão.</p>	<p>Vírus <i>SARS-CoV-19</i> – Quase encerrou o hotel, e levou a redução de mão de obra;</p> <p>Ruídos dos transportes públicos e da cidade.</p> <p>Concorrência direta;</p> <p>Volatilidade do turismo devido a restrições da pandemia e ao receio de viajar.</p>

Nota. Elaboração Própria, 2022

A matriz *SWOT* permite avaliar o ambiente interno controlável pela empresa e o ambiente externo não controlável, mas com a qual a empresa consegue adaptar-se (Stimpson et al., 2017). Enquanto fatores internos (forças e fraquezas) é possível verificar que a história do edifício e os seus serviços admite diferenciação e vantagem competitiva ao hotel, porém a sua limitação de espaço impede o mesmo de alcançar uma maior categoria de estrelas, bem como, de aumentar os seus serviços (mais camas). Além disso, a recente transição de hotel afiliado a hotel independente, faz com que este seja reconhecido e procurado por antigos clientes, que

continuam satisfeitos com as instalações e a qualidade de serviço (garantida e de excelência, graças ao *know-how* do staff que se manteve). Por outro lado, sobre os fatores externos (oportunidades e ameaças) destaca-se a excelente proximidade do hotel a transportes públicos, a atrações turísticas e ao centro de congressos. No entanto, salienta-se que a situação pandémica *Covid-19* foi não só vantajosa nas renovações do hotel, mas também foi razão de quebra de lucro e quase total fecho do hotel.

VI. O Estágio Curricular

O seguinte subcapítulo apresenta a descrição detalhada das tarefas desempenhadas durante o estágio curricular, que ocorreu no departamento de recepção entre 12 de julho de 2021 e 14 de janeiro de 2022 no Hermitage Prague Hotel.

6.1 Funções desempenhadas

No departamento de Recepção surge a oportunidade de desempenhar diversas tarefas diárias, tais como, a alocação de quartos, *check-in* e *check-out* de cliente grupo e cliente individual, relações-públicas e *concierge*, e por fim o atendimento telefónico. Na alocação de quartos, os mesmos são preparados com 3 dias de antecedência, nomeadamente reservas para categorias de quarto mais elevadas (quartos: suite, superior com terraço e superior). O objetivo desta tarefa, começa por verificar as reservas e as informações inseridas no *Opera PMS* (previamente inseridas pelo departamento de reservas) e garantir que os respetivos requisitos são cumpridos, bem como, é efetuado o *pre-block* do quarto (ou seja, é assinalado o quarto para cada reserva). Enquanto aluna estagiária com falta de conhecimentos linguísticos do idioma checo, a mesma não deteve acesso ao *email* da recepção. Porém, é de notar que o mesmo email recebe diariamente novas reservas com devidos requisitos do cliente, que o rececionista tem de verificar, e em caso de necessidade deve atualizar as reservas no sistema *Opera*.

De seguida, e com a devida antecipação anteriormente descrita, o foco é o processo de *check-in*. A operação do *check-in* pode ser diferenciada entre o cliente grupo e o individual. No caso de cliente de grupo, o foco é a rapidez e dinamização da operação, pelo que para melhor obter o mesmo, o documento *Registration Card* é previamente preparado e impresso, assim como a alocação de quartos e preparação das chaves de quarto. Assim, no momento de chegada do grupo, o documento é distribuído para o seu preenchimento, bem como as chaves de quarto são atribuídas aos respetivos hóspedes do grupo. Além disso, o líder do grupo recebe diretamente orientações e informações sobre o hotel, que posteriormente indica aos membros do seu grupo. No caso do cliente individual, o foco é a hospitalidade e detalhe pelo que o rececionista recebe o cliente, processa os dados de identificação, confirma a reserva e fornece informações sobre o hotel, bem como, sobre a envolvente (locais a visitar, locais onde comer, entre outros).

O papel do rececionista não se cinge apenas ao *check-in* dos hóspedes, este também efetua o papel de relações-públicas e *concierge*, na qual o foco é proporcionar satisfação, conforto, hospitalidade e uma experiência diferente ao hóspede. Neste sentido, o rececionista recebe calorosamente o cliente, apresenta o hotel, aconselha e sugere atrações ou serviços complementares, bem como mostra disponibilidade para futuro apoio ao cliente. Diariamente foi efetuado o atendimento telefónico, que poderia ser de diversas situações, desde dúvidas e pedido de informação sobre os serviços disponíveis a situações sobre reservas e/ou outros que excedem as competências do rececionista. Nesta última situação, o rececionista dirige a chamada para o departamento ou responsável com competências para apoiar e responder a chamada.

6.2 Turnos e respetivas tarefas desempenhadas

O estágio com duração de 6 meses, num total de 949 horas, distribuídas da seguinte forma:

- Julho = 80 horas
- Agosto = 176 horas
- Setembro = 164 horas
- Outubro = 147 horas
- Novembro = 155 horas
- Dezembro = 140 horas
- Janeiro = 87 horas

Para melhor visualizar a distribuição mensal das horas, consultar o Mapa de controle de Assiduidade (Anexo I). Salienta-se que os turnos numa primeira fase de integração eram de 8 horas por dia, porém no segundo mês de estágio passaram a ser turnos de 12 horas por dia (turno de rececionista efetivo da empresa).

Os turnos praticados no departamento de receção são os seguintes:

Tabela 6*Turnos praticados na Recepção*

E - EARLY SHIFT	6:45 - 19:00	11	2x 30 minutes break
L - LATE SHIFT	7:45 - 20:00	11	2x 30 minutes break
N - NIGHT SHIFT	18:45 - 7:00	11	2x 30 minutes break
M - DAY SHIFT	9:00 - 17:30	8	1x 30 minutes break
MF - Friday Shift	11:00 - 19:30	8	1x 30 minutes break
LA - Late Afternoon	10:30 - 22:30	11	2x 30 minutes break
MS - Sunday Shift	8:00 - 13:30	5	1x 30 minutes break
A – AUDIT	19:45 - 8:00	11	2x 30 minutes break

Nota. Arquivo do Hermitage Hotel Prague, 2021

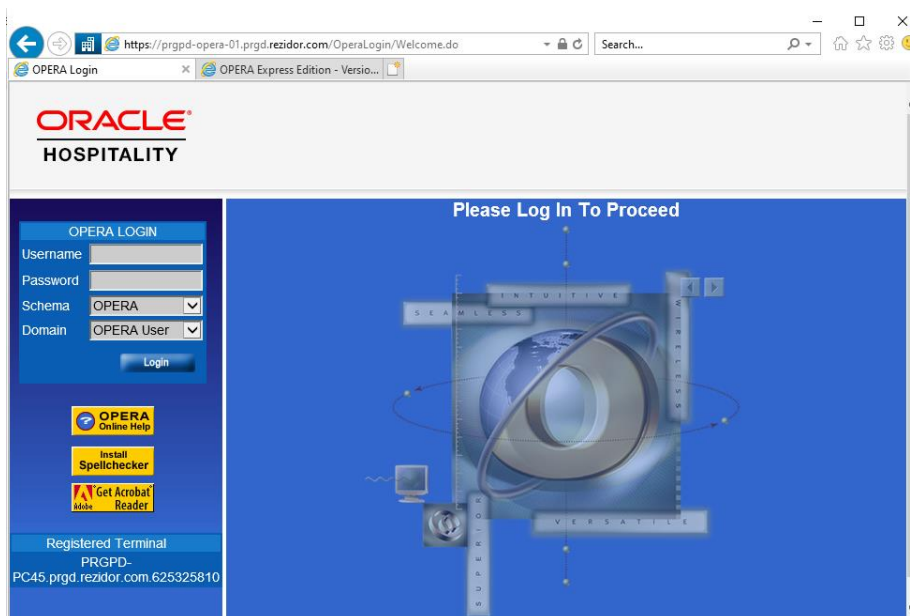
Neste sentido, a estagiária teve a disponibilidade e flexibilidade de efetuar a maioria dos diversos turnos aplicados. No entanto, o turno noturno denominado *night auditor (audit)* não foi efetuado, pois o turno é efetuado por um único rececionista que tenha capacidade para comunicar em idioma local (checo). Além disso, foi possível desenvolver diversas atividades ao longo dos turnos tais como, o processo de *check-in* e *check-out*, o processamento de reservas, atendimento telefónico e funções de relações públicas e *concierge*.

Antes de descrever as atividades desenvolvidas, ao iniciar o seu turno, todo e qualquer rececionista, independente do horário deve preparar o seu ambiente de trabalho, da seguinte forma:

1. Iniciar a sessão no computador, em perfil do *Windows* (cada rececionista tem a sua própria conta)
2. Entrar no sistema *Opera PMS* (cada rececionista tem a sua própria conta)

Figura 18

Página Login do Opera PMS



Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

3. Abrir o ficheiro *excel* denominado "*VÝČETKA Kasa*" como demonstrado de seguida:

Figura 19

Ficheiro excell " VÝČETKA Kasa "

HERMITAGE HOTEL PRAGUE				
VÝČETKA				
Float & Till Spot Check Form				
Date:	November 15, 2021			Float Responsible:
				Location: FO 2
Cash		Quantity		CZK
5 000,00 Kč	X	0		0,00 Kč
2 000,00 Kč	X	1		2 000,00 Kč
1 000,00 Kč	X	20		20 000,00 Kč
500,00 Kč	X	10		5 000,00 Kč
200,00 Kč	X	22		4 400,00 Kč
100,00 Kč	X	0		0,00 Kč
50,00 Kč	X	14		700,00 Kč
20,00 Kč	X	0		0,00 Kč
10,00 Kč	X	9		90,00 Kč
5,00 Kč	X	0		0,00 Kč
2,00 Kč	X	15		30,00 Kč
1,00 Kč	X	4		4,00 Kč
Total (A)				32 224,00 Kč
Any Receipts Need to pay:				2 176,00 Kč
Public transport tickets - ks:				55 = 6 600,00 Kč
Total Float Money Should be:				41 000,00 Kč
Variance (-Missing) / Extra				CZK 0,00

These figures reflect a true and accurate recording. Any extra money in float will be taken by General Cashier.

Nota. Arquivo do Front Office, 2021

4. Abrir a gaveta de baixo do computador e contar o dinheiro (para desta forma confirmar que não há falta de dinheiro nem dinheiro extra);
5. Passagem de turno – momento na qual um rececionista está a terminar o turno e outro está a iniciá-lo. Neste passo é essencial prestar atenção às indicações e informações que o colega está a passar, e solucionar o que ficou por resolver.
6. Verificar o “House Status” (número de *check-outs*, *check-ins*), bem como, consultar os *Traces*, e Pré-visualizar o Relatório de Estacionamento. Para que assim, o rececionista tenha atualizado toda a informação possível.

Para verificar o *House Status*, através do atalho *SHIFT + F3*, a seguinte tabela aparece:

Figura 20

Informação "House Status"

Room Summary

Total Physical Rooms	210
Out of Order	4
Total Rooms to Sell	206
Out of Service	15

Activity

	Room	Persons	VIP
Stayovers	43	80	4
Departures Expected	9	12	0
Departures Actual	14	19	0
Arrivals Expected	49	101	0
Arr. Exp. Made Today	0	0	0
Arrivals Actual	2	3	0
Extended Stays	1	2	0
Early Departures	0	0	0
Day Use Rooms	0	0	0
Walk Ins	0	0	0
Day of Arrival Cancels	0	0	0

Complimentary and House Use

	Room	Persons	VIP
Complimentary Arrivals	0	0	0
Stayovers	0	0	0
Departures	2	4	0
House Use Arrivals	0	0	0
Stayovers	2	2	0
Departures	0	0	0

End of Day Projection

Min. Available Tonight	112		
Max. Occupied Tonight	94	184	4
Max. % Occupied Tonight	45.63	<input type="checkbox"/> Include Day Use	
Blocks not Picked Up	0		
Individuals	79	158	4
Groups & Blocks	15	26	0
Room Revenue	141,869.36		
Room Revenue Avg.	1,509.25		

Housekeeping Room Status

	Vacant	Occupied
Inspected	122	8
Clean	3	3
Dirty	12	43
Pickup	0	0

Out of Order: 4
Out of Service: 15

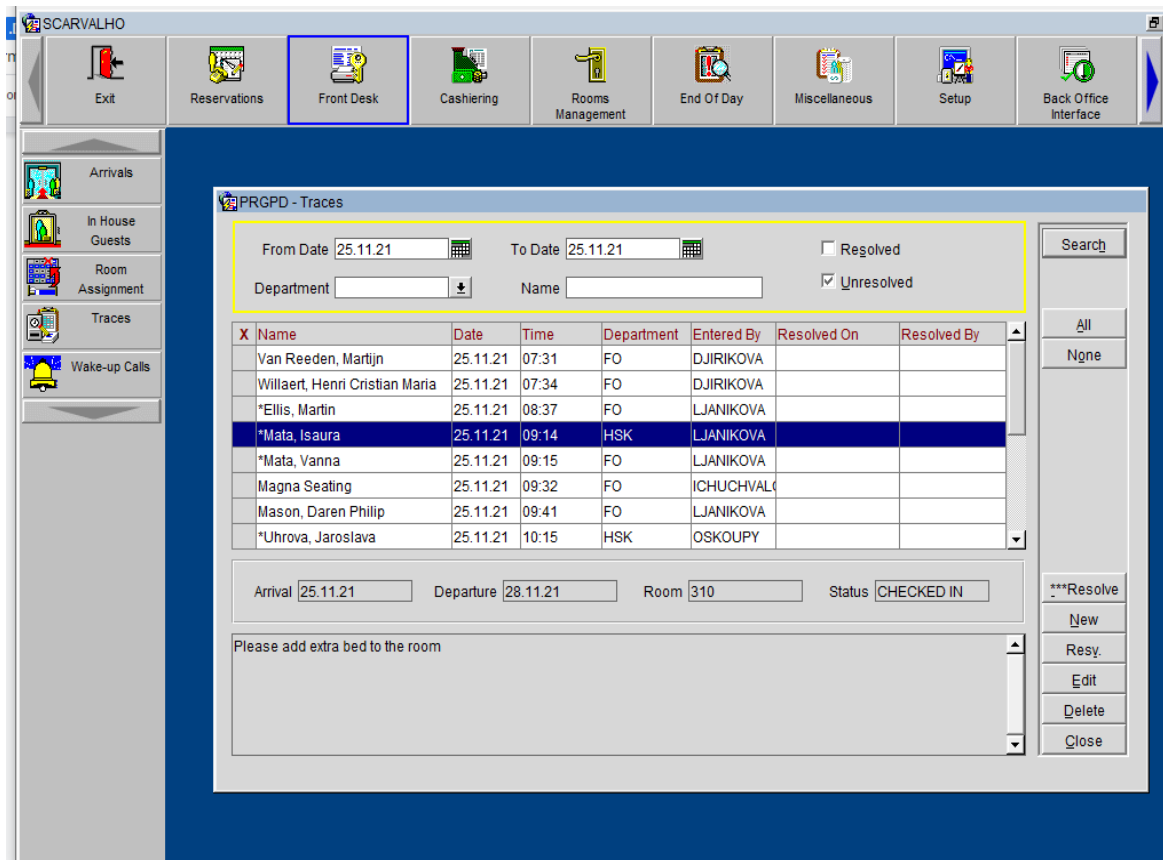
Room Class:
Date: 28.10.21
Room Type:
Search Close

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Para verificar os *Traces*, através de *Front Desk*, *Traces* será alcançada a listagem de todos, como mostra a seguinte figura:

Figura 21

Informação "Traces"



Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Para verificar o *Room Plan*, através do atalho *ctrl + F3*, a seguinte tabela irá aparecer:

Figura 22

Informação "Room plan"

Room	Status	Rm. Type	28.10.21	Fri 29.10.21	Sat 30.10.21	Sun 31.10.21	Mon 01.11.21	Tue 02.11.21	Wed 03.11.21	Thu 04.11.21	Fri 05.11.21	Sat 06.11.21
208	Inspected	BKN		Silva Santos, Rosa Maria >>								
209	Inspected	STN										
210	Inspected	BTN										
211	Dirty	SQN	* Iolmos Am >>									
212	Clean	BKN			Schwarzbock, Stefanie (3) >>							
214	Inspected	SQN		Liminowicz, Andrzej >>								
216	Inspected	SQN		Stoklosa, Janusz >>								
217	Dirty	SQN	* Kadela, Jakub; Kadela, 2 (2) >>									
218	Inspected	SQN		Michalski, Igor >>								
219	Dirty	SQN	* Grubitzsch, Falko; Grubitzsch, 2 (2) >>									
220	Inspected	BTN										
221	Dirty	SQN		Iziem, Ronald >>								
222	Inspected	BTN			Zimolka, Ma >>							
223	Inspected	SQN		Petra Ehrlicher, Barbel >>								
224	Inspected	SQN			Zimolka, Ma >>							
226	Inspected	SQN			Szymanowski, Andrzej >>							
228	Inspected	BQN										
230	Inspected	SQN	* Heyvaert, L	Heyvaert, Lies (2) >>								
231	Dirty	STN										
232	Inspected	BKN			Bauer, Thomas (2) >>							
233	Dirty	SQN	!De Jonge, A >>									
234	Dirty	BKN	* !Mueller, R	Ptacek, Alena (2) >>								
235	Dirty	SKN	!Razin, Albert >>									
236	Inspected	BTN										
237	Dirty	SQN	!Mainzer, Ko >>									

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Para verificar a situação atual e futura de ocupação esperada, bem como, as flutuações no número de *check-ins* e *check-outs*, através do atalho *SHIFT+ F2*, a seguinte tabela aparece:

Figura 23

Informação global do hotel ao longo dos dias

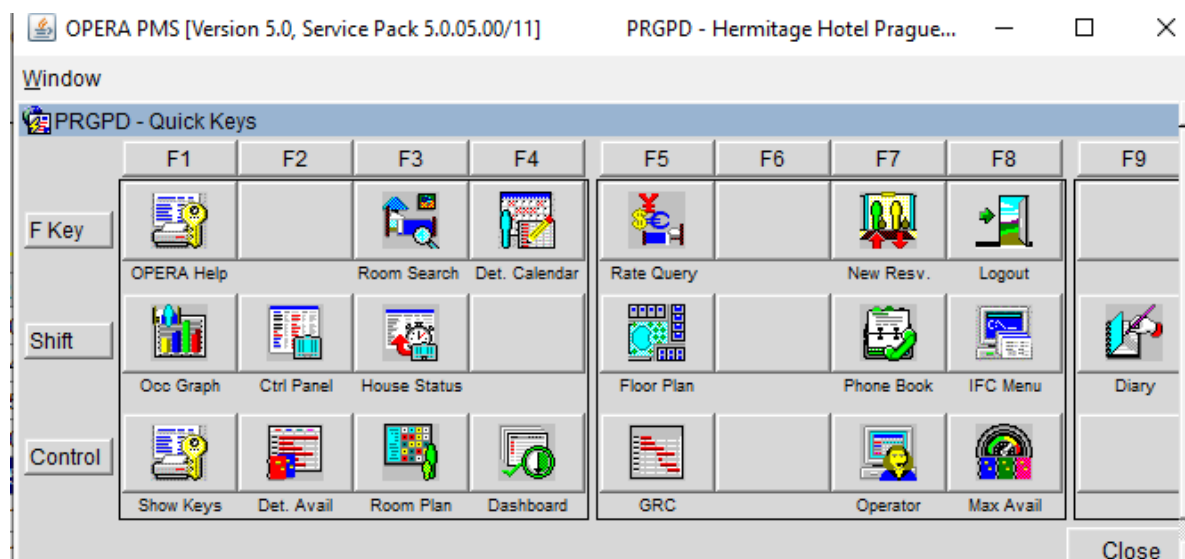
	Thu 28.10.21	Fri 29.10.21	Sat 30.10.21	Sun 31.10.21	Mon 01.11.21	Tue 02.11.21	Wed 03.11.21
Total Physical Rooms	210	210	210	210	210	210	210
Out of Order >>	4	4	4	4	4	4	3
Inventory Rooms	206	206	206	206	206	206	207
Overbooking >>	0	0	0	0	0	0	0
Sell Limits >>	206	206	206	206	206	206	207
Deducted Blk. Rooms Not P/U	0	0	0	0	0	0	0
Deducted Block Rooms P/U	15	35	44	32	27	33	48
Total Deducted Rooms	94	183	199	137	90	91	102
Non Deducted Blk. Rms Not P/U	0	0	0	17	23	19	17
Non Deducted Blk. Rooms P/U	0	0	0	0	0	0	0
Total Non Deducted Rooms	0	0	0	17	23	19	17
Out of Service >>	15	0	0	2	0	0	0
Available Physical Rooms	112	23	7	69	116	115	105
Maximum Availability	112	23	7	69	116	115	105
Minimum Availability	112	23	7	52	93	96	88
Min. Occupancy %	45.63	88.83	96.60	66.50	43.69	44.17	49.28
Max. Occupancy %	45.63	88.83	96.60	74.76	54.85	53.40	57.49
Total Rooms Reserved	94	183	199	137	90	91	102
Event >>							
Adults In-House	162	326	360	239	136	131	142
Children In-House	22	25	25	11	8	3	5
People In-House	184	351	385	250	144	134	147
Arrival Rooms	51	113	59	34	43	43	37
Arrival Persons	104	212	115	49	58	60	50
Departure Rooms	23	24	43	96	90	42	26

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

O sistema operativo, *Opera* tem diversos atalhos, que podem ser consultados através da funcionalidade *Miscellaneous, Show Quick Keys*, no qual a seguinte tabela aparece:

Figura 24

Atalhos do sistema operativo



Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Após finalizado este processo descrito anteriormente, o rececionista pode dar início ao seu turno. Relativamente ao processo de *check-in*, o mesmo desenvolve -se da seguinte forma:


1. Ao abrir o *Opera PMS*, seleccionar a funcionalidade *Front Desk - Arrivals*, irá aparecer o seguinte:
2. Confirmar de que as reservas têm todos alocado um quarto e também de que os *Shares* foram efetuados.
3. Ao iniciar o período das 15 horas da tarde, clientes começam a chegar para efetuar *check-in*, porém existe a possibilidade de o cliente chegar mais cedo e fazer o *check-in* antecipadamente, sem custos adicionais. No entanto, em situação de *check-in* antecipado, seja este antes das 9 horas da manhã é cobrado entre 500 e 1000 Czk, dependendo do quão cedo.
4. Na chegada do hóspede, este deve ser recebido com Bom Dia, Boa Tarde ou Boa Noite, bem como, o caloroso Bem-vindo ao Hermitage Hotel Prague.
5. Requisitar o nome da reserva do cliente e localizar a reserva em *Arrivals*.
6. Confirmar a informação da reserva (número de noites, categoria do quarto, número de adultos e crianças, pequeno-almoço incluído ou não, reserva de estacionamento)

7. Requisitar o ID ou Passaporte do hóspede e efetuar o perfil de cada um.
8. Imprimir o *Registration Card* e pedir o preenchimento da morada e a assinatura. Em algumas situações de hospedagem de negócios questionar se o cliente gostaria de deixar os detalhes da empresa. Para posteriormente no *check-out* ter o respetivo recibo com esses detalhes. Além disso, em situações com reserva de estacionamento, pedir a matrícula do carro para controlo e segurança do hotel.
9. Na maioria das vezes é requisitado um cartão de débito ou de crédito para a garantia de custos adicionais. Porém, existem situações de estadias mais longas em que também é pedido a autorização para efetuar uma pré-autorização no cartão do cliente, no montante da estadia mais cerca de 1000 CZK. Posteriormente, no *check-out*, a pré-autorização é completa com o valor exato da estadia.
10. Através do sistema operativo *Vision Online*, as chaves do quarto são programadas, para o respetivo quarto e respetivo número de noites. Pode também ser programado para o acesso ao estacionamento interior do hotel (garagem).
11. Por fim, as chaves do quarto são entregues ao cliente indicando o piso do quarto e qual orientação o hóspede deve levar para os elevadores. Por sua vez, são fornecidas algumas informações sobre o hotel, tais como, horário de funcionamento do bar e restaurante, horário e localização do ginásio e do terraço. Além disso, é também oferecido ao hóspede um mapa da cidade, de acordo com o seu idioma preferencial, e algumas indicações sobre atrações, restaurantes e transportes públicos são assinaladas ao hóspede.
12. Concluído o *check-in*, deseja-se que este tenha uma boa estadia e em caso de necessidade demonstra-se que a receção está disponível durante 24 horas todos os dias.

Salienta-se que as reservas prévias de estacionamento, apenas podem ser efetuadas para o estacionamento na garagem, enquanto o estacionamento exterior é mediante disponibilidade. Como referido no processo de *check-in* é pedido a matrícula do carro, sendo devolvido um ticket com as datas de chegada e partida, bem como a assinatura do rececionista, como indicado de seguida:

Figura 25

Bilhete de estacionamento

PARKING ALLOWED	
CARD No.	1
Hotel assumes no responsibility for cars parked on the street Das hotel nimmt keine verantwortung für autos die auf der strasse parken	
ARRIVAL	
DEPARTURE	
FO INITIALS	
Please leave this card on visible place behind the windshield of your car	
 HERMITAGE	

Nota. Arquivo do Front Office, 2021

De forma a melhor controlo e segurança do hóspede e do hotel, o número do ticket, o número do quarto e da matrícula, bem como a correta cobrança do estacionamento são preenchidos no seguinte documento:

Figura 26

Ficha de controlo do estacionamento

OUTSIDE PARKING					Date: _____		
CARD No.	ROOM No.	Name	Arrival	Departure	AMOUNT	Posted BY	Plate No.

GARAGE PARKING							
CARD No.	ROOM No.	Name	Arrival	Departure	AMOUNT	Posted BY	Plate No.

Nota. Arquivo do Front Office, 2021

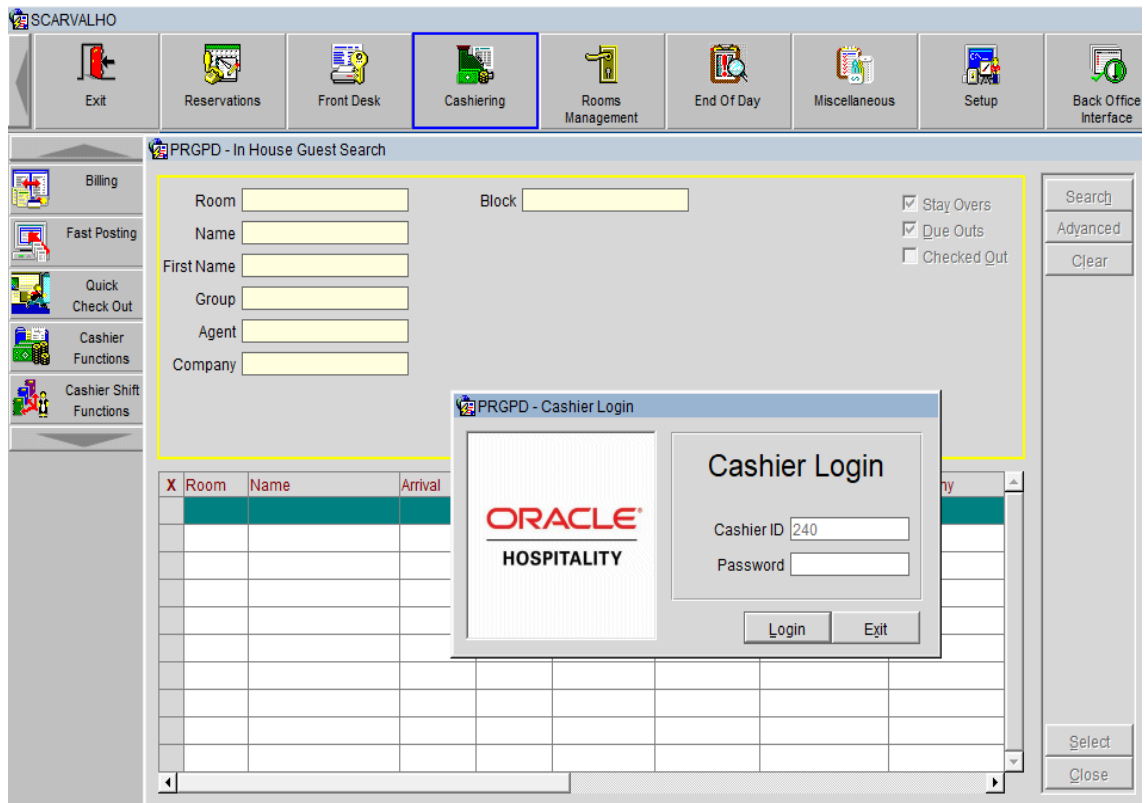
Passando ao processo de *check-out*, o mesmo procede-se da seguinte forma:

1. Abertura do sistema operativo *Opera PMS*, seleccionar a função *Cashiering*, e seleccionar *Billing*. O sistema irá pedir a inserção de palavra-passe, que é a mesma para efetuar o *login* no sistema *Opera* (este sistema permite adquirir controlo sobre os movimentos monetários entre cliente e respetivo rececionista, bem como, assegura que apenas pessoas com autorização podem efetuar tais transições). O procedimento de *check-out*, inicia-se com a abertura da caixa, procedendo-se após a correta contagem da mesma, no início do turno. Neste sentido, deve-se proceder da seguinte forma:

Em Opera PMS: Cashiering – Billing – Fazer o Cashier Login

Figura 27

Cashier Login



Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Após efetuado o *Login* é possível verificar os quartos cujo *status* está em *Due Out*, e também as respetivas contas e balanço dos hóspedes, como demonstrado de seguida:

Figura 28

Listagem de hóspedes em Due Out

X	Room	Name	Arrival	Departure	Balance	Status	Agent	Company
	154		13.11.21	16.11.21	126.00	DUE OUT	Booking.com	
	154		13.11.21	16.11.21	0.00	DUE OUT	Booking.com	
	237		15.11.21	16.11.21	0.00	DUE OUT	Booking.com	
	256		13.11.21	16.11.21	0.00	DUE OUT	Secret Escapes Ltd	
	311		12.11.21	16.11.21	5,984.80	DUE OUT	Booking.com	
	312		11.11.21	16.11.21	0.00	DUE OUT	VeryChic SAS	
	312		11.11.21	16.11.21	7,300.00	DUE OUT	VeryChic SAS	
	316		12.11.21	16.11.21	309.00	DUE OUT	Booking.com	
	317		12.11.21	16.11.21	6,329.80	DUE OUT	Booking.com	
	324		12.11.21	16.11.21	5,429.80	DUE OUT	Booking.com	

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

1. O hóspede ao deslocar se à receção para o *check-out*, o rececionista deve questionar o número de quarto, e de seguida confirmar o nome do hóspede.
2. De seguida, é seleccionada a conta do cliente e verificada cada uma das despesas, estas devem ser lidas ao cliente caso sejam poucas. Porém se for uma lista mais longa, aconselha-se a impressão da despesa para que o cliente possa com atenção confirmar cada alínea.

Ao abrir a conta do hóspede, esta pode estar completamente vazia. Isto demonstra que o hóspede efetuou o pagamento através de acordo com o departamento de reservas. Por sua vez, trata-se de reserva com uma conta *PM (Paymaster)* na qual o cliente vai pagando as suas estadias ao longo do tempo. Por outro lado, pode estar completamente vazia em casos de quartos complementares, ou seja, em caso de ofertas de estadias, na qual se verifica o seguinte:

Figura 29

Exemplo de conta de quarto complementar

The screenshot displays a software window titled "PRGPD - Billing [Sindelar, Lubomir - Room 518]". At the top, there are input fields for "Balance" (0.00), "Arrival" (27.10.21), "Company", "Rate Code" (Z-COMP), "CZK", "Prs" (2), "Status" (DUE OUT), "Depart" (28.10.21), "Group", "Rate" (0.00), and "Rm. Type" (EQN). Below this is a summary line: "(1) Sindelar, Lubomir CA 0.00". The main area is a table with the following columns: "X", "Date", "Code", "Description", "Amount", "Supplement", and "Reference". The table is currently empty. At the bottom, there are buttons for "Select All", "Post", "Edit", "Folio", "Options", "Payment", "Check Out", and "Close". There are also "Traces" and "Share" buttons in red.

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Por outro lado, estadias previamente pagas pelo cliente no momento da reserva a *Online Travel Agencies* [OTAs], como *Booking.com*, *Expedia* e *Secret Escapes*, o valor pago será cobrado diretamente à OTA (através do cartão de crédito virtual criado pela mesma), e os restantes valores em dívida irão apresentar se como demonstrado de seguida:

Figura 30

Exemplo de conta de quarto em OTA

PRGPD - Billing [Heiden, Guenter Erich - Room 446]

Balance 4,956.80 Arrival 26.10.21 Company Rate Code Y-EXPBB CZK Prs 2
 Status CHECKED IN Depart 29.10.21 Group Rate 1,346.40 Rm. Type SQN

(1) Heiden, Guenter E DB 2,264.00					(2) Expedia Travel DB 2,692.80				
X	Date	Code	Description	Amount	X	Date	Code	Description	Amount
	28.10	8001	Public Tickets/Stamps	120.00		27.10	1050	Package Rate	1,346.40
	27.10	+	Bar Food 47112021102	580.00		26.10	1050	Package Rate	1,346.40
	27.10	7300	City Tax (MP)	42.00					
	27.10	8001	Public Tickets/Stamps	120.00					
	26.10	+	Bar Food 47042021102	1,120.00					
	26.10	7300	City Tax (MP)	42.00					
	26.10	8001	Public Tickets/Stamps	240.00					

Heiden, Gu

Share with Heiden, Elena [PNR Res ID = 1847109957#1(1/1)] Booking_Source: Expedia Aff **Routing** **Share**

Select All Post Edit Folio Options Payment Settlement Close

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

É de notar, que é da responsabilidade do *Night Auditor* fazer a cobrança das estadias à respetiva *OTA*, nesta situação o mesmo ainda não foi efetuado.

Além disso, existe ainda a situação na qual o cliente paga diretamente ao hotel toda a sua estadia, seja a reserva feita diretamente com o hotel, ou por telefone, como demonstrado de seguida:

Figura 31

Exemplo de conta de cliente com dados de empresa

The screenshot displays a billing window titled "PRGPD - Billing [Mleziva, Jiri - Room 452]". At the top, there are input fields for "Balance" (2,850.00), "Arrival" (15.11.21), "Company", "Rate Code" (H-BBBBW), "CZK", "Prs" (1), "Status" (DUE OUT), "Depart" (16.11.21), "Group", "Rate" (2,475.00), and "Rm. Type" (SKN). Below this, two columns of charges are shown. The first column, labeled "(1) Mleziva, Jiri", has a total of 0.00. The second column, labeled "(2) Ela Container GmbH", has a total of 2,850.00. A table within the second column lists the following items:

X	Date	Code	Description	Amount
	15.11	4350	Parking	375.00
	15.11	1050	Package Rate	2,475.00

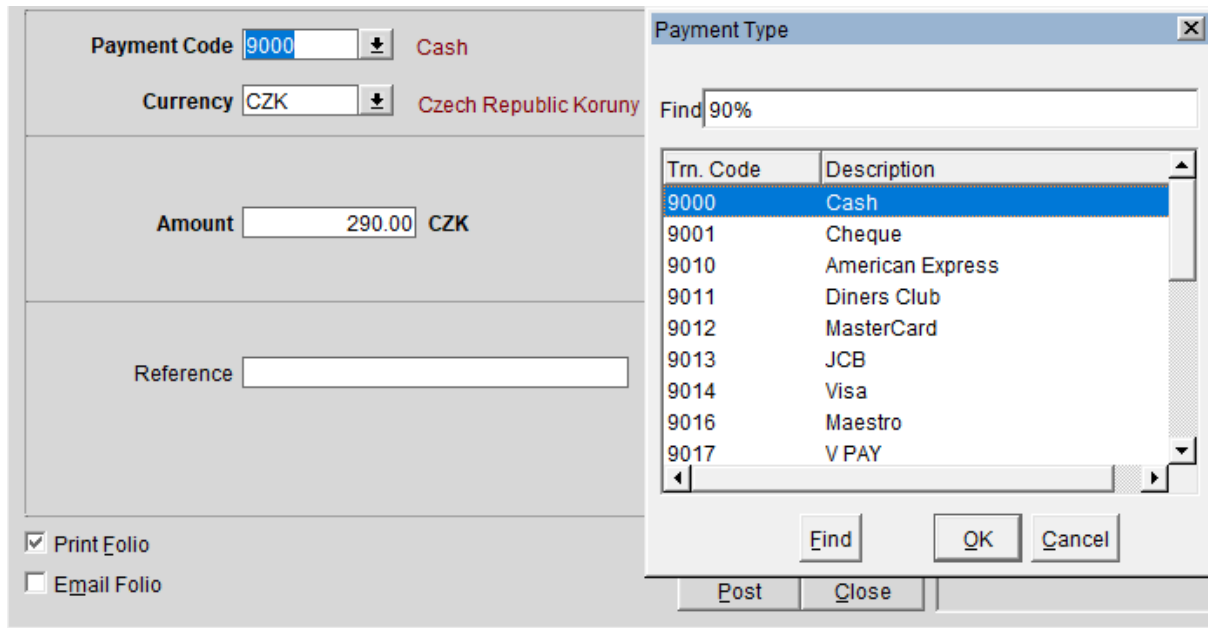
At the bottom of the window, there is a "Routing" button and a "Confirmids" field containing the values 627009818, 627009835, and 627009841. A row of buttons at the very bottom includes "Select All", "Post", "Edit", "Folio", "Options", "Payment", "Check Out", and "Close".

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

3. Confirmada a despesa e o seu total, é questionado se o hóspede irá pagar em cartão ou dinheiro. Em caso de pagamento em cartão, é inserido o montante no terminal de multibanco, ao qual o cliente deve proceder em inserir o cartão e o seu respetivo *PIN* pessoal. O rececionista deve confirmar de que o pagamento foi autorizado, e confirmar o cartão utilizado, para que assim em *Opera* possa indicar o correto método de pagamento e publicar a confirmação do mesmo. Por fim, o *check-out* é finalizado e o recibo é automaticamente impresso e entregue ao cliente. Em caso de pagamento a dinheiro, deve-se receber a quantia contar com bastante atenção e devolver troco caso necessário. Em *Opera* é publicado o método de pagamento *Cash*, e ao dar *check-out* o respetivo recibo será impresso e devolvido ao cliente.

Figura 32

Pagamento a dinheiro

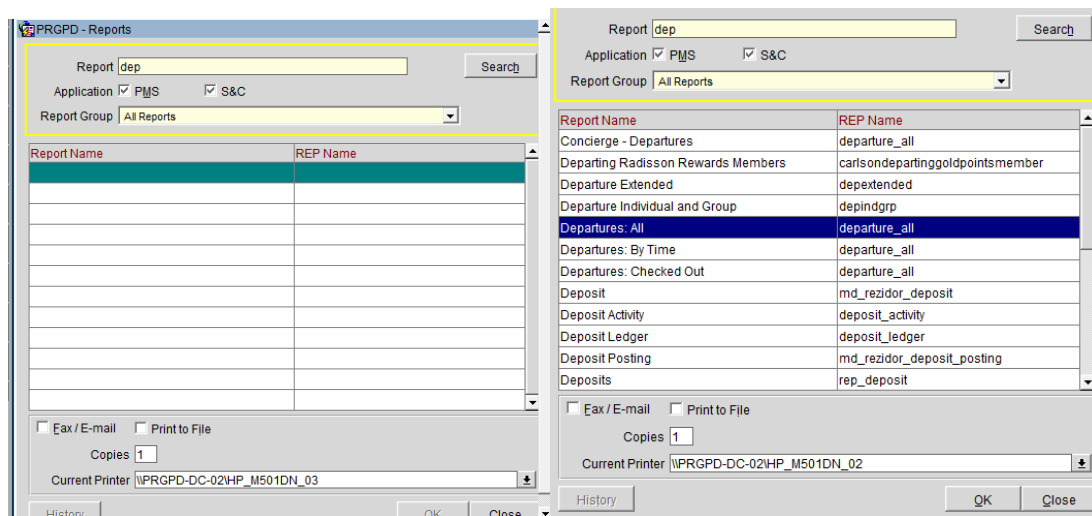


Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

4. Após o pagamento, é questionado se o cliente gostou da sua estadia, se gostou da cidade, e se pretende voltar (quando verificado um cliente bastante satisfeito dá-se a oferta de *vouchers* com desconto, e para deixar o seu comentário online).
5. Por fim, o rececionista questiona se o hóspede necessita de mais alguma ajuda ou informação. Em algumas situações este pede para guardar as suas malas, algo possível de fazer na sala de bagagem junto da receção. E também, em situação de estacionamento exterior ou interior é possível que o cliente deixe o seu carro no hotel as horas que necessitar, sem custo adicional após o *check-out*.
6. Após terminado o horário de *check-outs* (pelas 12 horas) é necessário retirar os *Registrations Cards* das respetivas gavetas arquivo, bem como, a impressão do relatório de partidas. Este é encontrado em *Miscellaneous, Report, Departures All*. De seguida demonstra-se os passos a seguir para o localizar:

Figura 33

Pesquisa do relatório de Departures



Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Destaca-se que por vezes, existem *late check-outs*, sendo por isso importante no processo de impressão do relatório assinalar os seguintes estados:

Figura 34

Impressão do relatório Departures

PRGPD - Departure 1

Departure Date Range
From Date 28.10.21 To Date 28.10.21

Filter

Room Class [dropdown] Block Code [dropdown]
Room Type [dropdown] Rate Code [dropdown]
Membership Type [dropdown] Specials [dropdown]
Payment Method [dropdown]
Departure Time 00:00 To 23:59
 Late Check Out Only VIP Only

Include
 Pseudo Rooms Due Out Checked Out

Profile Type
 Individuals
 Company
 Travel Agents
 Source
 Group

Display
 Balance Membership Type
 Specials
 Share Names Notes

Group By [dropdown] Sort Order Room No [dropdown]

Preview Print File Close

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

De seguida, são retirados o *Registration Cards* com data de partida, neste caso 28 de outubro e guardados no armário da receção, para no fim do mês serem arquivados e guardados durante 6 anos (que por razões legais assim devem ser mantidos).

Salienta-se de que o período normalizado de *check-out* é até as 12 horas todos os dias, porém existe a opção de o cliente pedir *check-out* mais tarde. Cabe ao rececionista decidir essa opção de autorizar *check-out* tardio, porém este tem de ter em conta se existe um grande número de *check-ins*, e se o quarto é necessário ou não. Quando o pedido de *late check-out* e até as 14 horas, este pode ser sem custo adicional, caso o pedido seja para após as 14 horas é cobrado um valor entre 500 CZK a 2500 CZK, sendo que a partir das 17 horas já é cobrado o preço total da noite. Este último deve-se à hora, pois o departamento de *housekeeping* está encerrado

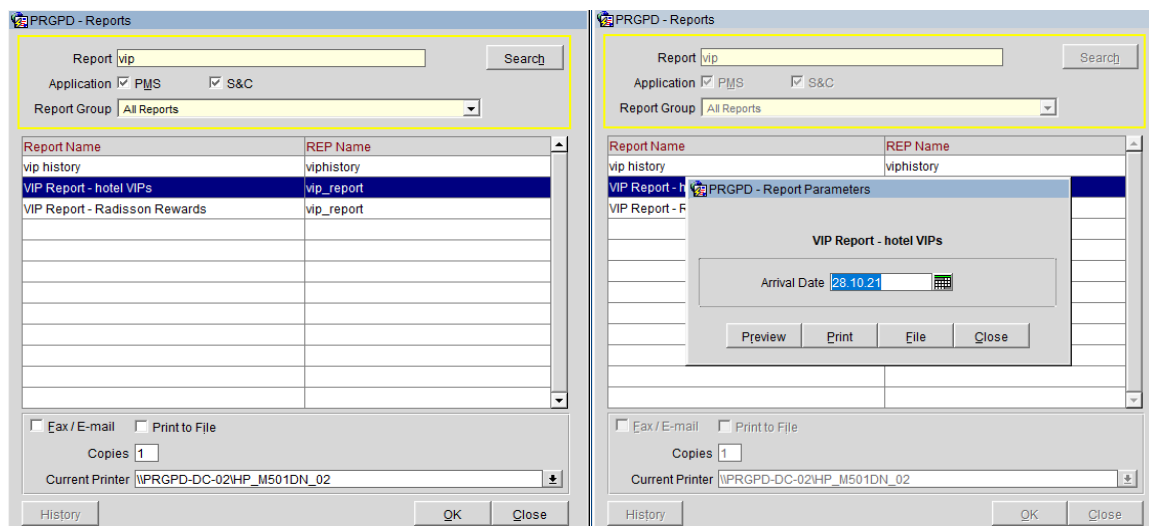
(funcionamento entre as 9 horas e as 17 horas) originando que o quarto só seja limpo e vendido no dia seguinte.

No decorrer do turno de manhã (entre as 9 horas e 12 horas), um colega do departamento de F&B, irá pedir os relatórios relativos aos *VIP's* a colocar nos quartos, bem como, aniversários dos clientes e relatório sobre os pacotes incluídos nas reservas. Para localizar o relatório dos *VIP's* com *check-in* no próprio dia, deve se proceder da seguinte forma:

Miscellaneous – Reports – VIP Report- hotel VIPs - Print

Figura 35

Pesquisa do relatório de VIP



Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Destaca – se ainda que estão disponíveis os seguintes *VIP's* atribuídos pelo departamento de reservas:

Figura 36

Listagem de pacotes VIP aplicados


Code	Description
VIP1M	Fruit plate small + 2 waters
VIP1V	Fruit plate large + 2 waters
VIP2	Pretzels and beer 0.33
VIP3	Grissini with serrano ham and Marinated ...
VIP4	Bohemia prestige rose Sekt brut 0,375L a...
VIP5	Coca cola & popcorn
VIP6	Birthday cake (cake, wine, card)
VIP7	Fruit plate large+water
VIP8	NYE VIP
VIP9	Romance Experience - Prosecco & fruit pl...
G4	Radisson Rewards - Platinum
G3	Radisson Rewards - Gold
G2	Radisson Rewards - Silver
G1	Radisson Rewards - Club
VIP LIDL	Cookies (or alternative) for 2 - Lidl promot...
BIRTHDAY	Happy Birthday (cake, wine, card)
REZ	Radisson Hotel Group
JOU	Journalist
ACC	Accessible Guest
REG	Regular Guest

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

No final o relatório devolvido é o seguinte: (de momento são poucas as atribuições de *VIP's*, especialmente devido aos custos acrescidos que estes envolvem para o hotel, daí o relatório seguinte se encontrar em branco)

Figura 37

Relatório VIP's

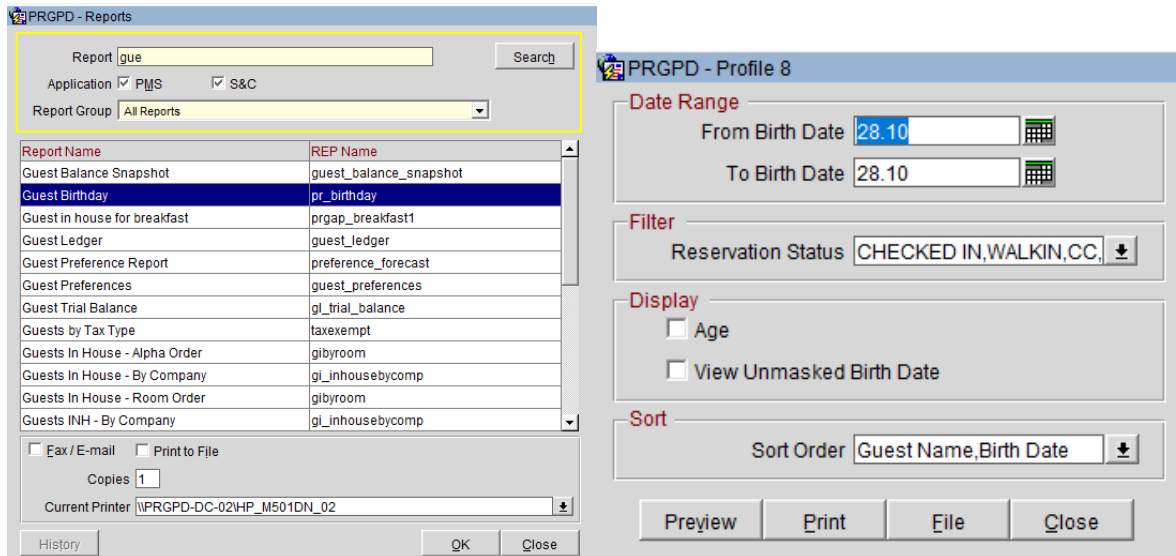
	Hermitage Hotel Prague	16.11.21		
VIP Report - hotel VIPs		09:25		
<u>Room</u> No.	<u>VIP</u> Code	<u>Arrival</u> <u>Arrival</u> <u>Time</u> <u>Date</u>	<u>Departure</u> <u>Date</u>	<u>Traces</u>
REPORT TOTAL 0				

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

O procedimento anteriormente descrito, aplica-se no procedimento de localização do relatório de aniversário dos hóspedes. Este de maior importância pois garante que o hóspede recebe no seu quarto um bolo de aniversário, sendo esta a forma do hotel mostrar que se preocupa e está atento aos seus hóspedes.

Figura 38

Pesquisa do relatório Guest Birthday



Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

O relatório final será como o demonstrado de seguida:

Figura 39

Relatório Guest Birthday

HERMITAGE		Hermitage Hotel Prague		16.11.21					
				09:23					
Guest Birthday									
Room	Name	Company Travel Agent Source	Arr.Date	Dep.Date	Nts. Rate Code	Resv. Status	Birth Date	Vip	No. of Last Stay Stays

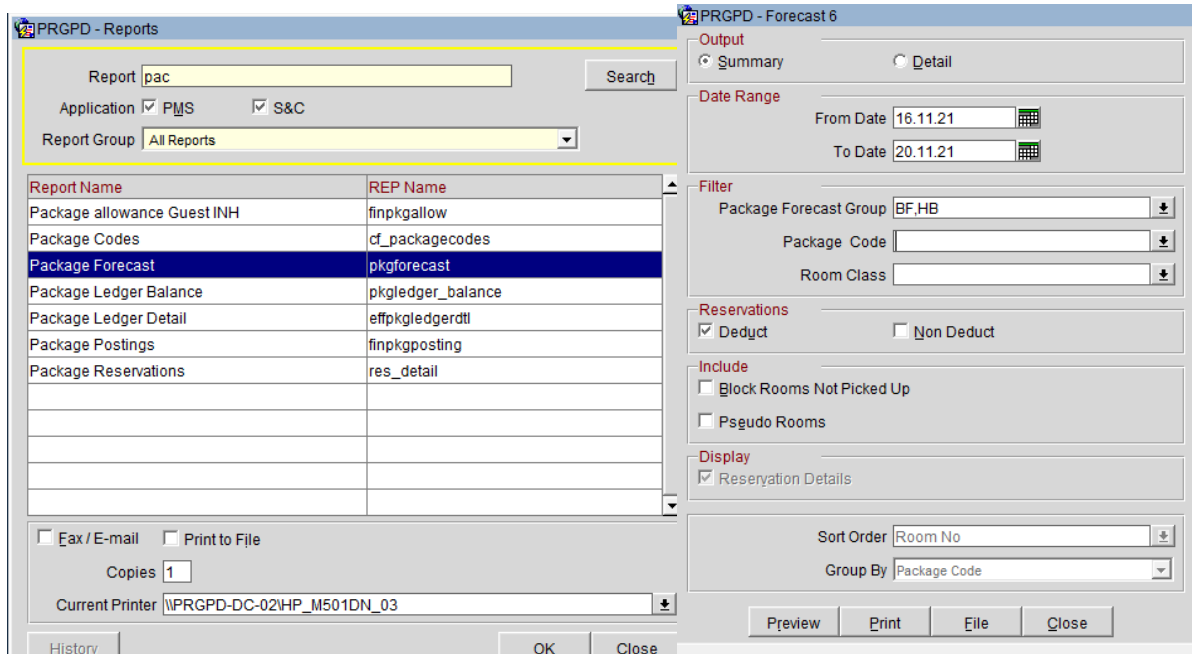
Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Por fim, para localizar o relatório relativo aos pacotes de Pequeno-almoço e *Half board*, o procedimento segue-se da seguinte forma:

Miscellaneous – Reports – Package Forecast- Selecionar as datas - Print

Figura 40

Pesquisa do relatório Package Forecast



Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

No final o relatório apresenta-se da seguinte forma:

Figura 41

Relatório Package Forecast

HERMITAGE

Hermitage Hotel Prague

16.11.21
09:20

Package Forecast - Summary

Date	Rooms Occ.	Adults in Hse.	Children in Hse.	Arr. Prs.	Dep. Prs.	Arr. Rms.	Dep. Rms.	BF	HB	Total	
16.11.21	Tue	71	115	2	34	33	21	25	108	2	110
17.11.21	Wed	67	103	1	33	46	23	27	109	4	113
18.11.21	Thu	70	113	1	50	40	32	29	97	0	97
19.11.21	Fri	105	188	4	138	60	77	42	111	4	115
20.11.21	Sat	99	185	5	48	50	27	33	171	2	173
Totals		412	704	13	303	229	180	156	596	12	608

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Passando para o processo de atendimento telefónico o mesmo procede-se da seguinte forma:

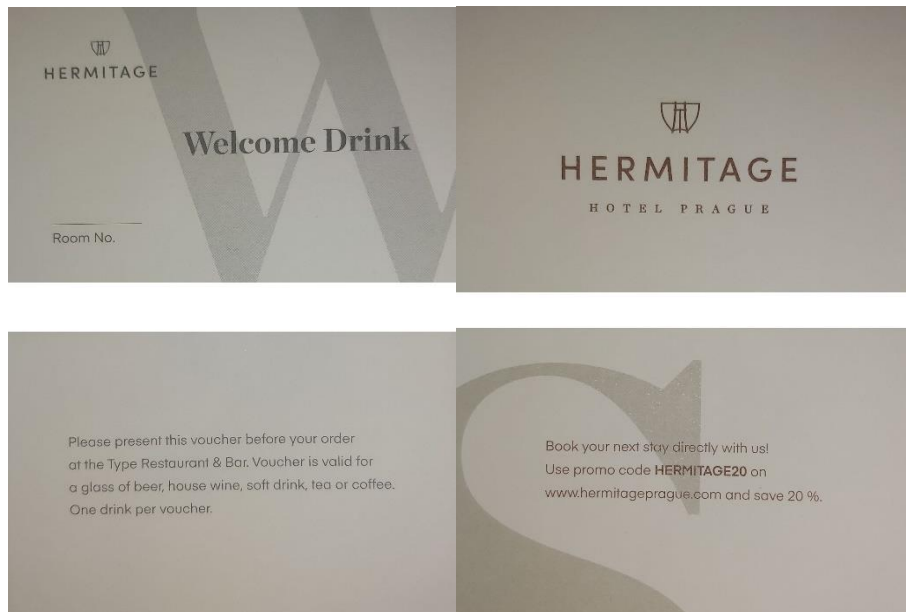
1. Ao tocar da chamada, esta deve ser atendida no imediato, e sempre de forma cordial. Começando por desejar Bom dia, Boa tarde, ou Boa noite e de seguida deve ser anunciado o nome do hotel e do rececionista que está a falar, e oferecer a ajuda ao indivíduo que ligou.
2. Ao ouvir com atenção o cliente, as situações podem variar, pelo que quando o tema ou pedido de ajuda varia, o rececionista deve transferir a chamada ao respetivo departamento que irá melhor ajudar na chamada. Ou por outro lado, pode resolver a chamada por si.
3. Após respondidas as questões da chamada, deve se confirmar se o cliente deseja mais alguma ajuda.
4. Por fim, agradecer e desejar um bom dia.

Destaca-se que em casos em que o rececionista tem uma chamada por atender ao mesmo tempo que está a interagir com um hóspede na receção. Deve, ou tentar transferir a chamada para o *back office*, onde mais rapidamente conseguem responder, ou deve atender e pedir que o cliente espere um pouco em linha até ser devidamente atendido. Neste processo deve-se pedir desculpa e agradecer a paciência ao hóspede na sua frente para atender a chamada.

Enquanto rececionista o papel de relações públicas e de concierge está em constante utilização. Desde o momento que o hóspede entra no hotel até a sua partida, o rececionista tem a tarefa de mostrar preocupação com as necessidades dos hóspedes, garantir que a sua estadia está a alcançar as suas expectativas e tentar superá-las. Cabe ao rececionista, providenciar indicações para principais atrações na cidade bem como outros serviços que o hóspede necessite. Por sua vez, cabe ao rececionista questionar o hóspede se a sua estadia está em conformidade com a sua expectativa, bem como, permitir superá-la através de oferta de *welcome drink voucher* ou até de *voucher* com desconto para a próxima estadia, como demonstrado de seguida:

Figura 42

Vouchers Welcome Drink e Desconto na próxima reserva

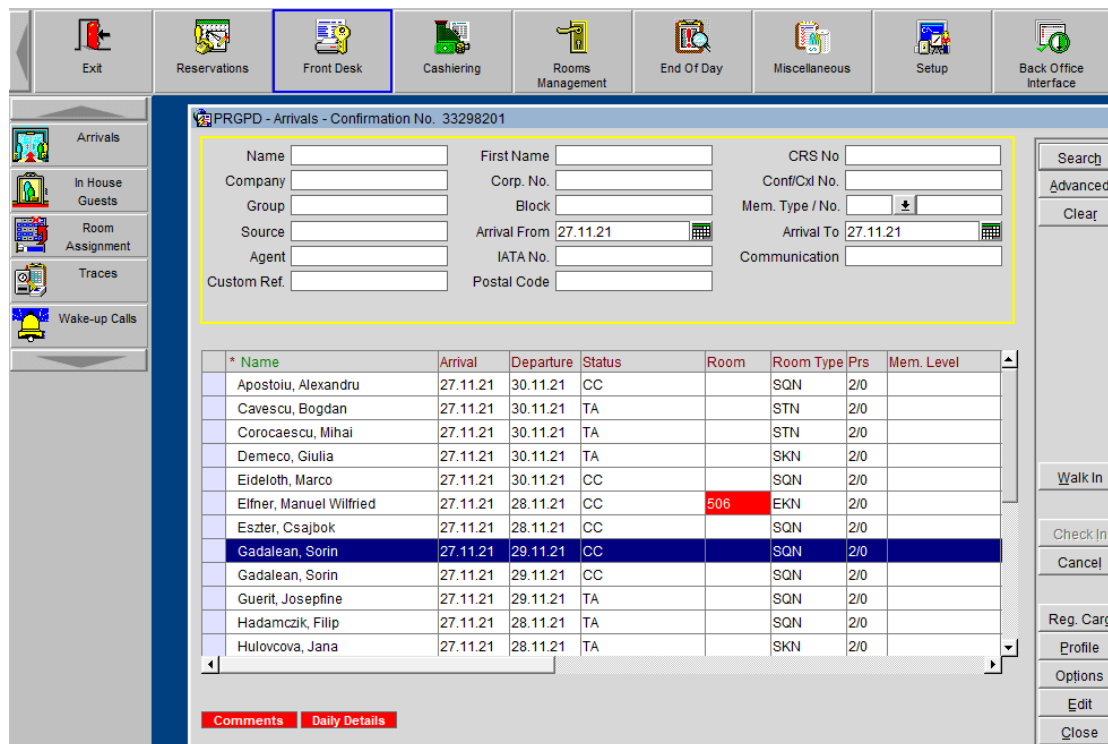


Nota. Arquivo do Front Office, 2021

Por fim, a alocação dos quartos dos processos mais importantes pois é neste ponto onde os pedidos e preferências dos clientes devem ser cumpridas ao máximo. Esta tarefa cabe ao rececionista em turno tardio (*Late Shift*) e em turno noturno (*Audit*). O primeiro passo é a alocação das reservas nomeadamente as reservas 0cuj a categoria de quarto seja de quarto superior a quarto suite. É de notar, que esta alocação é efetuada com uma antecedência de 3 dias, ou seja, é efetuada uma pré-alocação até aos 3 seguintes dias. Após a qual se procede para a alocação dos quartos de categoria quarto *standard*, cujas reservas tem dia de chegada no dia seguinte. Ao iniciar qualquer alocação o rececionista deve ter em atenção reservas com o mesmo nome para alocar quartos mais próximos possível. Para identificar as reservas com o mesmo nome deve ser proceder da seguinte forma, em *Opera - Front Desk - Arrivals* - Indicar o dia seguinte - Filtrar pelo *Name*:

Figura 43

Conjunto de reservas confirmadas



Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

O seguinte passo é a verificação do número de pessoas, pois poderá existir reservas com maior número de pessoas, na qual seja necessário inserir cama extra. Nesses casos os quartos com maior espaço devem ser alocados a essas reservas. Para identificar essa situação, é efetuada a filtração como indicado anteriormente, mas utilizando o filtro *Prs*.

De seguida, deve-se dar prioridade às reservas efetuadas em *Booking.com*. Isto porque, esta reserva detém grande impacto na imagem do hotel, pois é na *Booking.com* que maior número de clientes fazem as suas reservas, bem como, onde as suas opiniões são mais influenciadoras para futuros clientes. Em *Opera* deve-se proceder da seguinte forma:

Front Desk - Arrivals - Seleccionar o dia seguinte - Indicar em *Source: Booking*. Assim é possível filtrar as reservas da *Booking.com*.

Figura 44

Filtração de reservas Booking.com

The screenshot shows a reservation management interface. At the top, there is a search filter section with a yellow border containing fields for Name, First Name, CRS No, Company, Corp. No., Conf/Cxl No., Group, Block, Mem. Type / No., Source, Arrival From (27.11.21), Arrival To (27.11.21), Agent (Booking), IATA No., Communication, Custom Ref., and Postal Code. To the right of these fields are buttons for Search, Advanced, and Clear. Below the search filters is a table of reservations with columns: * Name, Arrival, Departure, Status, Room, Room Type, Prs, and Mem. Level. The table contains 12 rows of reservation data. At the bottom of the interface are buttons for Routing, Traces, and Comments. On the right side, there is a vertical column of buttons: Walk In, Check In, Cancel, Reg. Card, Profile, Options, Edit, and Close.

* Name	Arrival	Departure	Status	Room	Room Type	Prs	Mem. Level
Eszter, Csajbok	27.11.21	28.11.21	CC		SQN	2/0	
Sykorova, Veronika	27.11.21	28.11.21	CC		SQN	2/0	
Taylor, Colleen	27.11.21	28.11.21	CC		STN	2/0	
Vicek, Martin	27.11.21	28.11.21	CC		SQN	2/0	
Vybihalova, Alena	27.11.21	28.11.21	CC		STN	2/0	
Veselska, Hana	27.11.21	29.11.21	CC		SQN	2/0	
Gadalean, Sorin	27.11.21	29.11.21	CC		SQN	2/0	
Gadalean, Sorin	27.11.21	29.11.21	CC		SQN	2/0	
Lorusso, Ignazio	27.11.21	29.11.21	CC		EQN	2/0	
Apostoiu, Alexandru	27.11.21	30.11.21	CC		SQN	2/0	
Eideloth, Marco	27.11.21	30.11.21	CC		SQN	2/0	
S Saplacan, Diana	27.11.21	01.12.21	CC		SQN	2/0	

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Em certas ocasiões o hotel irá receber uma grande quantidade de hóspedes, na qual a preferência é a categoria de quartos *standards* com cama *queen* ou *king*. A possível solução é a atribuição de *upgrade* de quarto sem custos adicionais. No entanto, esse *upgrade* é somente efetuado a reservas de *Booking, com*, e efetuado a reservas com menor duração e/ou cujo preço que está a ser cobrado seja bastante elevado. Para tal deve se utilizar os filtros *Departure* e *Rate*, como demonstrado de seguida:

Figura 45

Filtração das reservas por Rate e Departure

Agent/Source	Block	Rate Code	Rate Amount	Arrival	Departure
Booking.com		Y-BOOBBC	1,727.43	27.11.21	28.11.21
Booking.com		Y-BOOBBC	1,800.39	27.11.21	28.11.21
Booking.com		Y-BOOBBC	1,800.39	27.11.21	28.11.21
Booking.com		Y-BOOBBC	1,803.94	27.11.21	28.11.21
Booking.com		Y-BOOBBC	1,803.94	27.11.21	28.11.21
Booking.com		Y-BOOBBC	1,833.78	27.11.21	29.11.21
Booking.com		Y-BOOROC	2,015.29	27.11.21	29.11.21
Booking.com		Y-BOOBBC	2,257.48	27.11.21	29.11.21
Booking.com		Y-BOOBBC	2,359.06	27.11.21	29.11.21
Booking.com		Y-BOOBBC	2,621.12	27.11.21	30.11.21
Booking.com		Y-BOOBBC	2,622.66	27.11.21	30.11.21
Booking.com		Y-BOOHB	3,260.72	27.11.21	01.12.21

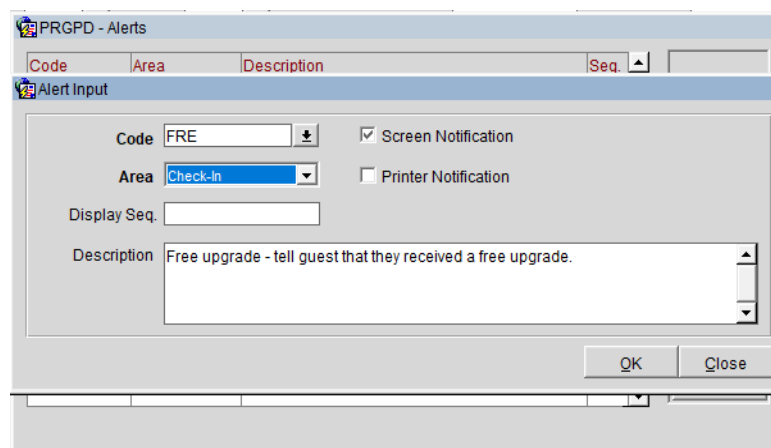
Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Em caso de *upgrade* na categoria do quarto, deve ser deixado um alerta na reserva para que no momento de *check-in* o respetivo rececionista possa dar as boas notícias aos hóspedes.

Em *Opera* - abrir a reserva - *Options* - *Alerts* - *New* - utilizar o alerta *FRE*, já pré-gravado no sistema, como demonstrado de seguida:

Figura 46

Criação de Alerta na reserva



The screenshot shows a window titled "PRGPD - Alerts". At the top, there is a header bar with columns for "Code", "Area", "Description", and "Seq.". Below this is the "Alert Input" section. It contains a "Code" dropdown menu set to "FRE", an "Area" dropdown menu set to "Check-In", a "Display Seq." text box, and a "Description" text area containing the text "Free upgrade - tell guest that they received a free upgrade.". There are two checkboxes: "Screen Notification" (checked) and "Printer Notification" (unchecked). At the bottom right of the dialog are "OK" and "Close" buttons.

Nota. Programa Oracle Hospitality, 2021

Ao concluir as alocações das reservas do *Booking.com* procede-se às restantes reservas. Iniciando por dar preferência as reservas com estadia mais longa e indo por ordem decrescente até terminar com as reservas de menor estadia.

6.3 Integração das atividades do estágio no plano de curso

A importância de qualquer estágio curricular é a oportunidade de todo e qualquer estudante ter a vantagem de apreender os conhecimentos adquiridos junto das unidades curriculares e de as praticar em contexto real.

Neste sentido, pretende-se de seguida identificar a ponte entre os conteúdos programáticos do curso de Mestrado de Gestão do Turismo e Hotelaria e as funções e tarefas desempenhadas no decorrer do estágio. Além disso, pretende-se mostrar a mais-valia de cada unidade curricular para o desempenhar das mesmas. A relação presente na seguinte tabela, identifica as diversas unidades curriculares, que por sua vez estão organizadas por conteúdos semelhantes e complementares, bem como, a sua associação prática e a identificação das tarefas em que contribuíram:

Tabela 7

Cruzamento Unidades Curriculares e Estágio

Unidades Curriculares (Conteúdos Programáticos)	Área de aplicação prática - Recepção (forma de atuação)
Gestão Estratégica - Capacidade de resolução de problemas e situações de forma planeada e não planeada (solucionar onde estamos, onde queremos estar, como iremos lá chegar).	Alocação de quartos a grupos e individuais de forma a preencher requisitos e satisfazer o cliente. Por sua vez, fazê-lo de forma benéfica

<p>Gestão da Cadeia de Abastecimento - Conhecimento das empresas envolvidas e suas funções na unidade hoteleira. Incerteza da oferta e da procura, gestão eficiente para a criação de vantagem competitiva (relacionamento com o cliente)</p>	<p>para o departamento de <i>housekeeping</i> (visto que existem dois edifícios)</p> <p>especial atenção com as reservas de terciários (<i>OTA</i>) como a <i>Booking.com</i> pois são as que maior impacto tem na imagem do hotel.</p>
<p>Gestão de Marcas Hoteleiras e Turísticas - A importância da marca, a criação da diferenciação e valor junto dos diversos clientes e dos concorrentes. Imagem, notoriedade e valor.</p>	<p>Atendimento telefónico; <i>Check-in</i> e <i>check-out</i></p> <p>Relações públicas e <i>concierge</i></p> <p>Enquanto parte central do hotel, o foco será sempre representar e transparecer a melhor hospitalidade e qualidade de serviço ao cliente, para assim criar valor e notoriedade a marca.</p>
<p>Estudos de Caso em Turismo e Hotelaria - Capacidade de investigação e análise de situações e desafios, com vista ao alcance de soluções.</p> <p>Consumos e Tendências em Turismo e Hotelaria</p> <p>Reconhecer o cliente, o seu perfil, expectativas, consumos e tendências de pensamento e ação.</p>	<p>Relações públicas e <i>concierge</i> - Saber ouvir o cliente e procurar responder aos seus problemas de forma rápida.</p> <p>Alocação de quartos – Corresponder a requisitos e superar expectativas.</p> <p><i>Check-in</i> e <i>check-out</i> – Reconhecer o cliente e ouvir os seus pedidos</p>
<p>Inovação de Produtos Turísticos e Hoteleiros - Identificar as diversas tipologias de inovação e verificar a constante adaptação dentro de uma estrutura estável.</p> <p>Comunicação Digital e Social Media - Capacidade de a empresa comunicar com o público-alvo e fazer uso dos diversos canais de distribuição</p> <p>Desenvolvimento de Produtos Turísticos e Hoteleiros - Capacidade de reconhecer as empresas concorrentes e a influência da capital Praga e respetivos contributos para a gestão.</p>	<p><i>Check-in</i> e <i>Check-out</i> – Adaptar se aos processos diferentes para cada o cliente grupo e cliente individual</p> <p>Relações públicas e <i>concierge</i> - Estar a par das alterações ocorrentes no ambiente interno do hotel</p> <p>Oferta de código promocional, ouvir a satisfação do cliente e indicar o seu comentário para plataforma <i>online</i>.</p> <p>Identificar alterações no ambiente externo do hotel, tais como eventos, e adaptar essas alterações a cada segmento de mercado em que o hotel opera</p>
<p>Análise e Report Financeiro - Capacidade de identificar e reportar a informação económica e financeira a <i>stakeholders</i> (clientes, fornecedores)</p> <p>Data Analysis for Business - Recolha, tratamento e análise de informação e sua correta interpretação.</p>	<p><i>Check-in</i> e <i>Check-out</i> – realização de <i>upsells</i> (vendas como o pequeno-almoço, <i>upgrade</i> de quarto) e gestão das contas dos clientes (nas quais são publicadas as dívidas do cliente)</p>

<p>Simulação em Turismo e Hotelaria - Facilitador no manuseamento e interação com o sistema operativo <i>Opera PMS</i> e na compreensão da informação.</p>	<p>Uso do sistema <i>Opera PMS</i>, mais confortável e ágil graças ao uso do programa <i>Cesim</i></p> <p>Alocação de quartos - saber analisar e verificar com detalhe e atenção as informações admitidas junto das reservas dos clientes.</p>
<p>Liderança e Gestão de Equipas</p> <p>Integração em equipa já estruturada e o reconhecimento da estrutura organizacional da mesma.</p>	<p>Reporte e reconhecimento do superior responsável em situação mais complexa;</p> <p>Resolução de problemas e constante trabalho em equipa na receção e com outros membros do hotel.</p>

Nota. Elaboração Própria, 2022

VII. Proposta de Valor - *Online Reception Handbook*

7.1 Contextualização

A partir da longevidade de seis meses de estágio, foi possível identificar algumas lacunas em diversos departamentos da unidade hoteleira. Tais como:

- *Housekeeping*: Falta de competências linguísticas dos colaboradores, que na sua grande maioria não conseguem comunicar em inglês. Esta deficiência originou algumas insatisfações dos clientes que requisitavam a limpeza num outro horário, e sem a sua compreensão originava à sua reclamação junto da receção;
- *Sales & Marketing*: Com a transição do hotel afiliado a hotel independente, bem como, a situação de pandemia *Covid-19*, a comunicação e presença social do hotel ficou um pouco abalada. Destaca-se que ao longo do tempo a presença online, nomeadamente em redes sociais, como *Instagram* e *Facebook* ficou mais ativa, porém necessita melhorar a sua interação com o público *online*.
- *F&B*: A pandemia *Covid-19* veio afetar a quantidade de colaboradores disponível em todo o hotel, na qual o bar e restaurante sofreram uma grande redução de horário de funcionamento. A não abertura do bar antes das 17 horas originou o constrangimento de diversos clientes, bem como, a falta de serviço de quartos deixou alguns clientes insatisfeitos. Porém, ao longo do tempo com o aumento de hóspedes houve algumas alterações, nomeadamente ao fim de semana com a abertura do bar pelas 14 horas. Mas ainda sem a concretização do serviço de quartos.
- Receção: Disponível 24 horas e com a qualidade de fornecer apoio aos hóspedes em todo e qualquer tipo de pedido. No entanto, enquanto estagiária sem competência linguística pelo idioma checo, os procedimentos de operação padrão (*Standard Operation Procedures [SOP]*), entre outros documentos e informações não se encontram em idioma inglês. Situação que constrange o trabalho de estagiário, bem como, possível novo colaborador com a mesma dificuldade linguística.

7.2 Principais Objetivos

A proposta de valor advém de uma necessidade anteriormente identificada na recepção. A falta de atualização nos procedimentos de operação da recepção, bem como, falta dos mesmos em idioma inglês, originam à criação do Manual de Recepção Online. Por sua vez, o manual detém os seguintes objetivos:

- Guia para a integração de novos colaboradores;
- Apoio e orientação para os colaboradores (quer em situações de dúvida ou esquecimento);
- Permitir a compreensão rápida dos procedimentos e informações do estabelecimento hoteleiro, bem como, o assimilar das normas a seguir;
- Garantir o cumprimento dos procedimentos, normas e métodos de trabalho do colaborador;
- Garantir a eficiência do serviço, de forma homogênea e consistente;
- Melhorar a qualidade do serviço de todos os colaboradores;
- Fácil e rápido acesso em plataforma online, cujo formato é legível quer em computador, quer em telemóvel.

7.3 Proposta de Valor

Com a identificação das lacunas, verifica-se que na sua maioria advém de uma situação, que atualmente ainda se encontra em constante mutação, a pandemia *Covid-19*. Isso ainda irá afetar

o setor hoteleiro por mais uns tempos. Porém, a proposta de valor que surge irá permitir a otimização e melhor integração dos recursos humanos no departamento da receção.

O Manual de Rececionista Online (Anexo III) irá permitir no seu essencial promover a integração cultural dos colaboradores na unidade hoteleira, bem como, facilitar o acesso rápido ao mesmo para o cliente interno. Desta forma, o manual foi adaptado ao formato online na qual, quer seja acedido pelo telemóvel pessoal ou pelo computador, o manual está disponível e legível em ambas opções (Anexo III). Neste sentido, o acesso através do computador será o seguinte

Figura 47

Código QR



link:

Nota. Wix.com, 2021

<https://sway.office.com/6KmDUYZsp93AyWfQ?ref=Link>.

Relativamente ao acesso por telemóvel, e perante a situação atual das novas tecnologias foi criado um código QR, como demonstrado na figura. O código QR é definido como “Quick Response Code, a type of barcode that consists of a printed square pattern of small black and white squares that encode data which can be scanned into a computer system (...) usually read with laser scanners or cameras on mobile telephones, which then use special software to decode the pattern” (Gregersen, 2012).

Para a criação do Código QR, foi utilizada a plataforma online e de acesso gratuito *Wix.com* em <https://www.wix.com/tools/qr-code-generator>.

VIII. Conclusão

A República Checa, país da Europa Central, destaca-se pela sua cultura e herança protegida pela UNESCO, que atrai turismo internacional e doméstico ao longo dos anos. O setor do turismo verifica ser uma das principais atividades económicas da capital, Praga, devido à existência de um grande número de chegadas de viajantes, bem como, de atividades de apoio ao setor dos serviços. Por sua vez, o setor de atividade responsável pela oferta de alojamento, ou seja, a hotelaria demonstra a oferta de um grande número de estabelecimentos hoteleiros disponíveis. Em 2018, a oferta de alojamento (cerca de 141 mil quartos) nas diversas categorias de estabelecimentos hoteleiros gerou cerca de 18.2 milhões de dormidas.

O Hermitage Hotel Prague é um dos estabelecimentos hoteleiros localizado na cidade de Praga. Hotel independente e categorizado com 4 estrelas, representa uma oferta de cerca de 210 quartos. Foi a entidade acolhedora do estágio curricular durante os meses de julho de 2021 a janeiro de 2022. O estágio realizado na área do *front office*, nomeadamente na receção permitiu alcançar a realização do presente relatório, cujo objetivo de apresentar a importância da receção e do rececionista é alcançado.

A receção é o primeiro contato do hóspede com o hotel, e o rececionista é o intermediário, que está presente desde a chegada do cliente até à sua saída. Na receção as principais tarefas incluem *check-in*, *check-out*, atendimento telefónico, alocação de quartos, concierge e relações-públicas e *night audit*. Pelo que, é considerado o ponto central do hotel, visto que é na receção que o cliente inicia a sua estadia, efetua pedidos e reclamações e termina a sua estadia. O rececionista tem o importante papel de acolher o hóspede, ouvir e resolver os pedidos e reclamações. Neste sentido, salienta-se o perfil do rececionista cujas capacidades e competências estão na sua maioria envolvidas com a garantia de que o hóspede vê as suas necessidades satisfeitas. Consequentemente, não é só o hóspede que requer a satisfação das suas necessidades, também o rececionista tem de sentir satisfação com o seu emprego. É de salientar, que apenas é garantida o bem-estar do hóspede se em primeiro lugar a organização (hotel) se preocupar com o bem-estar do cliente interno (rececionistas e outros funcionários).

A oportunidade de estágio com a duração de seis meses permitiu identificar a existência de lacunas em diversos departamentos do Hermitage Hotel Prague. No entanto, apenas uma das lacunas é solucionada ao longo do presente relatório. A falta de atualização dos procedimentos standard de operação na receção originou a criação do *Online Reception Handbook*. O manual

criado contém informação sobre o hotel e seus departamentos, bem como, os procedimentos a seguir nas muitas situações ocorrentes na recepção.

IX. Limitações e futuras linhas de investigação

No decorrer deste relatório de estágio surgiram limitações. Neste sentido, foi encontrada uma limitação na pesquisa bibliográfica cuja lacuna nos estudos pretende-se combater com o presente relatório de estágio. Verificou-se a falta de estudos que fizessem a relação entre a importância da receção e do rececionista para a gestão do estabelecimento hoteleiro.

Porém, identifica-se que alguns temas poderão originar a futuras linhas de investigação. Perante a situação do Hermitage Hotel Prague, verifica-se a possibilidade de um futuro estudo sobre os impactos na gestão e nos departamentos do hotel perante a transição de hotel afiliado a hotel independente.

X. Considerações Finais

Avaliando a totalidade do estágio, e tendo em conta que foi a primeira vez em contato com o funcionamento de um hotel fora das fronteiras de Portugal, foi uma experiência que me fez crescer enquanto aluna e profissional da área do turismo e hotelaria. A oportunidade de efetuar este programa *Erasmus +*, forneceu-me um novo contacto com uma cultura bastante diferente da cultura portuguesa, onde existiu uma interação diária com uma equipa de trabalho local, bem como a interação com turistas provenientes de turismo doméstico e de outros países da Europa central.

A possibilidade de realizar tarefas na área da receção foi uma nova experiência de aprendizagem, que anteriormente não tinha. Além disso, foi essencial verificar como estava a ser gerido o funcionamento da unidade hoteleira perante esta nova realidade de restrições e regulamentos higiénicos devido ao vírus *SARS CoV-19*.

No decorrer da integração na equipa, é de salientar que a equipa foi excelente, acolheram-me e mesmo perante as minhas lacunas sobre o idioma checo, sempre se dispuseram a ajudar-me em toda e qualquer situação. Por outro lado, fizeram-me sentir bem recebida e deram-me espaço para desenvolver as minhas *soft skills* e confiança nas minhas habilidades e capacidades. Sem dúvida houve situações de entrave, desde clientes que procuraram ajuda em assuntos e outras situações das quais a dificuldade linguística foi sempre a mais difícil de ultrapassar.

É de notar, que essa lacuna me impossibilitou de exercer outras funções, nomeadamente *night auditor*. Esta função coube somente a rececionistas com maior experiência na tarefa, bem como, com capacidade linguística.

Após estes 6 meses de estágio, todo o meu trabalho e dedicação à função e respectivas tarefas foram valorizados, sendo que me foi proporcionada a oportunidade de continuar a fazê-lo. É com grande orgulho e felicidade que aceitei e abracei a proposta de continuar no Hermitage Prague Hotel com contrato de 12 meses na função de rececionista a iniciar a 1 de março de 2022.

XI. Referências bibliográficas

Almeida, L., Souza, L., & Mello, C. (2010). A comunicação interna como um instrumento de promoção da qualidade: estudo de caso em uma empresa global de comunicação. *Gestão & Produção*, 17(1), 19-34. <https://dx.doi.org/10.1590/S0104-530X2010000100003>

Ardiana, D., Andjarwati, T., & Wulandari, A. (2020) Analysis of the implementation of Standard Operating Procedure, Organizational Citizenship Behaviour and Work Competency towards Productivity and Employees Performance of Surabaya Merchant Marine Polytechnic. DOI: <https://doi.org/10.30996/jmm17.v7i2.4559>

Benedicto, S., Sugahara, C., Filho, C., & Sousa, J. (2017). Comunicação organizacional: uma discussão teórica. *REUNA, Belo Horizonte*, 23, 20-37. <http://revistas.una.br/index.php/reuna/article/view/937>

Alanzeh, O. A., Masadeh, R., Jawabreh, O., Mahmoud, A. & Hamada, R. (2018). The Impact of Customer Relationship Management on Tourist Satisfaction: The Case of Radisson Blue Resort in Aqaba City. *Journal of Environmental Management and Tourism*, (Volume IX, Spring), 2(26): 227 - 240. DOI:10.14505/jemt.v9.2(26).02

Al-Ababneh, M., Masadeh, M., Al-Shakhsheer, F. & Hablballah, M. (2018). The impact of internal service quality on job satisfaction in the hotel industry. *Research in Hospitality Management*, 8(1), 55-62. DOI: <https://doi.org/10.1080/22243534.2018.1501182>

AHP (s.d.) Diretório Técnico de Hotelaria. Acedida a 8 de dezembro, 2021 a partir de, <https://www.hoteis-portugal.pt/docs/content/kXpI4K0B2To4eMugibQIEjtEEPxKsKsS.pdf>

AlKahtania, N. S., Iqbal, S., Sohail, M., Sheraz, F., Jahane, S., Anwar, B. & Haiderg, S.A. (2021) Impact of employee empowerment on organizational commitment through job satisfaction in four and five stars hotel industry. *Management Science Letters*, 11, 813 – 822. DOI: 10.5267/j.msl.2020.10.022

Ampofo, E.T. (2020). Mediation effects of job satisfaction and work engagement on the relationship between organisational embeddedness and affective commitment among frontline employees of star-rated hotels in Accra. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 253-262. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.002>

Andrews, S. (2013) *Hotel Front Office: A Training Manual*. (3.^a ed.) McGraw Hill Education (India) Private Limited.

Baum, T. & Odgers, P. (2008) Benchmarking Best Practice in Hotel Front Office. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 2(3/4), 93-109. DOI: 10.1300/J162v02n03_06

Bardi, J.A. (Eds.) (2003) *Hotel Front Office Management*. (3.^a ed.) Jonh Wiley & Sons, Inc.

Camilleri, M. A. (2018) Market Segmentation, Targeting and Positioning. *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*, 4, 69-83. DOI: 10.1007/978-3-319-49849-2_4

Clark, E. (2021) Largest urban agglomerations in Europe in 2020. Acedido a 23 de dezembro, 2021, a partir de <https://www.statista.com/statistics/1101883/largest-european-cities/>

Chalupa, S., Chadt, K. & Jenckova, J. (2021). Impact of National Measures Connected to Covid-19 Pandemic on the Hotel Front-Office Communication Themes. *IBIMA Business Review*, 1-10. DOI: 10.5171/2021.823718

Dimitrova, I. (2020) The Role of Thomas Cook for the development of Modern Mass Tourism. *New knowledge Journal of science*, 9(5), 97-108. http://www.science.uard.bg/index.php/newknowledge/article/viewFile/743/pdf_259

Dumbrovská, V. (2017) Urban Tourism Development in Prague: From Tourist Mecca to Tourist Ghetto. In N. Bellini & C. Pasquinelli (Eds.). *Tourism in the City*. (pp. 275 – 283). Springer International Publishing Switzerland 2017. DOI: 10.1007/978-3-319-26877-4_19

Eurostat (2021) Population on 1 January by NUTS 2 region. Acedido a 31 de dezembro, 2021, a partir de, <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tgs00096/default/table?lang=en>

Eurostat (2021) Number of establishments and bed-places by NUTS 2 regions. Acedido a 31 de dezembro, 2021, a partir de, <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tgs00112/default/table?lang=en>

Eurostat (2021) Arrivals at tourist accommodation establishments by NUTS 2 regions. Acedido a 9 de janeiro, 2022, a partir de, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_OCC_ARN2_custom_1873921/default/table?lang=en

Fakhiri, M. R. & Marini, S. (2019) The Internal Communication in Hotel Front Office Department. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 9(1), 45 - 52. <https://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/viewFile/16989/9483>

Gorenak, M., Spindler, T. & Brumen, B. (2019) The Influence of Competencies of Managers on Job Satisfaction of Employees in the Hotel Industry. *Organizacija*, 52 (2), 81-94. DOI: 10.2478/orga-2019-0006

Gregersen, E. (2012) QR Code. *Encyclopedia Britannica* Acedido a 9 dezembro, 2021, a partir de <https://www.britannica.com/technology/QR-Code>

Hermitage Hotel Prague (n.d.) *About Us*. Hermitage. Acedido a 13 de outubro, 2021, a partir de, <https://www.hermitageprague.com/>

Hermitage Hotel Prague [@HermitageHotelPrague] (2021, Outubro) *Welcome to Hermitage Hotel Prague. Come and experience the unique atmosphere of a former printing house from 1907*. Facebook. Acedido a 13 de outubro, 2021, a partir de, <https://www.facebook.com/HermitageHotelPrague>

Hermitage Hotel Prague [@Hermitageprague] (2021, Fevereiro). *#hermitageprague #richhistory #greatlocation #professionalservices #prague #besthotels* [Image post]. Instagram. Retrieved October 13, 2021, from <https://www.instagram.com/hermitageprague/>

Holešínká, S. & Šauer, M. (2018) Economic Transition and Tourism Development – Mass Tourism in Prague. In V. Klímová & V. Žítek (Eds.) *21st International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings. Masarykova univerzita*, 1-5. DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-8970-2018-65

Jayawardeja, L., & Karunaratne, N. (2010). Assessment of Customer Satisfaction in A Five Star Hotel – A Case of Study. *Tropical Agricultural Research*, 21(3), 258-265.

Kádár, B. (2018) Hotel development through centralized to liberalized planning procedures: Prague lost in transition. *Tourism Geographies*, 20 (3), 461-480. DOI: 10.1080/14616688.2017.1375974

Kantabutra, S. & Avery, G.C. (2010) The power of vision: statements that resonate. *Journal of Business Strategy* 31(1), 37–45. <https://doi.org/10.1108/02756661011012769>.

- Liu, X. & Liu, X. (2021) On the Structure and Modules of Hotel Management Information System of Reception. 2nd International Conference on Computers, Information Processing and Advanced Education (CIPAE 2021) DOI: <https://doi.org/10.1145/3456887.3457113>
- Mankame, S. (2021) Study on Hotel Front Office Practices and its impact on Guest Satisfaction. PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology, 18(1), 4545-4550. <https://www.archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6961>
- Marietto, M. (2018). Observação Participante e Não Participante: Contextualização Teórica e Sugestão de Roteiro para Aplicação dos Métodos. Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM), 17(4), 05-18. DOI:10.5585/ijsm.v17i4.2717
- Melissen, F. (2014). The concept of hospitality. Noordhoff Uitgevers bv, 11-36. Acedido a 8 de dezembro, 2021, a partir de, http://hoadd.noordhoff.nl/sites/7761/_assets/7761d01.pdf
- Mendoza, V., Yordanova, D., Juan, E., Garrido, E., Boretska, H. & Cardona, J. (2020) Hotel receptionist profile and customer service on Ibiza Island. Journal of Tourism and Heritage Research, 3, 388- 410.
- Menezes, A., Duarte, F., Carvalho, L. & Souza, T. (2019) Metodologia Científica Teoria e Aplicação na Educação a Distância. (Eds.) <https://portais.univasf.edu.br/noticias/univasf-publica-livro-digital-sobre-metodologia-cientifica-voltada-para-educacao-a-distancia/livro-de-metodologia-cientifica.pdf>
- Mohammed, I., Guillet, B. D., Law, R. (2014) Competitor set identification in the hotel industry: A case study of a full-service hotel in Hong Kong. International Journal of Hospitality Management, 39, 29 - 40. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.02.002> 0278-4319
- Nart, S., Sututemiz, N., Nart, S. & Karatepe, O. M. (2019) Internal marketing practices, genuine emotions, and their effects on hotel employees' customer - oriented behaviors. Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism, 18(1), 47-70, DOI: 10.1080/15332845.2019.1526509
- Pudyaningsih, A., Dwiharto, J. & Ghifary, M. (2020). The role of work satisfaction as a mediation leadership on employee performance. Management Science Letters, 20. 3735 – 3740. DOI: 10.5267/j.msl.2020.7.039

Peppers, D. & Rogers, M. (2011). *Managing customer relationships: a strategic framework* (2.º eds.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Prague City Tourism (2021) Prague City Tourism. Acedido a 23 de dezembro, 2021, a partir de, <https://www.praguecitytourism.cz/en>

Prague City Tourism (2021) Prague City Tourism a. s. Acedido a 23 de dezembro, 2021, a partir de, <https://www.praguecitytourism.cz/en/pct/pct>

Prague City Tourism (2021) Guests and Nights 2012-2021. Acedido a 31 de dezembro, 2021, a partir de, <https://www.praguecitytourism.cz/en/our-services/statistics/guests-and-nights-2012-2021-18006>

Prague City Tourism (n.d.) Capacity of accommodation establishments by category in Prague. Acedido a 23 de dezembro, 2021, a partir de, <https://www.praguecitytourism.cz/en/our-services/statistics/collective-accomodation-establishments-18007>

Radisson Hotel Group (n.d.) *Our Vision*. <https://www.radissonhotels.com/en-us/corporate/about-us/our-vision>

Rahimi, R., Koseoglu, M., Ersoy, A., & Okumus, F. (2017). Customer relationship management research in tourism and hospitality: a state-of-the-art. *Tourism Review*.

Rihayana, G., Salain, P. & Rismawan, P. (2021) Internal Marketing as a Basic in Building Job Satisfaction and Service Quality in Non-Star Hotel in Denpasar. *International Journal of Applied Business and International Management*, 6 (2), 13-24. DOI: <https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i2.1146>

Ruizalba, J., Bermúdez-González, G., Rodríguez-Molina, M. & Blanca, M. (2014) Internal market orientation: An empirical research in hotel sector. *International Journal of Hospitality Management*, 38, 11-19. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.12.002>

Rutherford, D. G. & O'Fallon, M. J. (2007) *Hotel Management and Operations*. (4.ª eds) John Wiley & Sons, Inc.

Shakya, E. & Tamang, P. (2020) Effects of Internal Service Quality on Work Engagement: A Case Study of Hotel Soaltee Crowne Plaza. *Journal of Business and Social Sciences Research*, 2, 63 – 76. DOI: <https://doi.org/10.3126/jbssr.v5i2.35233>

Sharon, T. R. & Goziker, O. (2011) Skills, Perceptions and the Socio-economics of Hotel Front Desk Employees in Israel-Preliminary Findings. *Global Management Journal*, 3(1), 103 – 109.

Statistical Yearbook of Prague (2017) Czech Statistical Office. Acedido a 23 de dezembro, 2021, a partir de, <https://www.czso.cz/csu/czso/statistical-yearbook-of-prague-2017>

Statistical Yearbook of Prague (2018) Czech Statistical Office. Acedido a 23 de dezembro, 2021, a partir de, <https://www.czso.cz/csu/czso/statistical-yearbook-of-prague-2018>

Statistical Yearbook of Prague (2021) Czech Statistical Office. Acedido a 23 de dezembro, 2021, a partir de, <https://www.czso.cz/csu/czso/statistical-yearbook-of-prague-2021>

Statista Research Department (2021) Number of bedrooms in hotels and similar accommodation in Europe in 2019, by country. Statista. Acedido a 23 de dezembro, 2021, a partir de, <https://www.statista.com/statistics/669228/number-of-hotel-bedrooms-by-country-in-europe/>

Stimpson, P. & Joyce, P. (2017). *Cambridge International AS and A Level Business Revision Guide* (2.^a ed.). Cambridge University Press.

Tarigan, N. (2021) Promotion Strategies on the Number of Arrival Guests by the Reception Staff at Sentral Seaview Hotel Penang, Malaysia. *Science Midwifery*, 10 (1), 302 - 306 <https://www.midwifery.ioocspublisher.org/index.php/midwifery/article/view/207>

Turkoz, I. & Akyol, A. (2008) Internal Marketing and Hotel Performance. *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19 (1), 149-177. DOI: 10.1080/13032917.2008.9687059

Umbelino J. (2017). O Turismo: Caracterização e Prospetiva. In F. Silva & J. Umbelino (Eds.) *Planeamento e Desenvolvimento Turístico* (pp. 3-18). Lidel – Edições Técnicas, Lda.

UNESCO (n.d.) Properties inscribed on the World Heritage List. Acedido a 23 de dezembro, 2021, a partir de, <http://whc.unesco.org/en/statesparties/cz>

UNWTO (2021). *Glossary of tourism terms*. Acedido a 8 dezembro, 2021, a partir de, <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Verčič, A. T., Čorić, D. S., & Vokić, N. P. (2021), "Measuring internal communication satisfaction: validating the internal communication satisfaction questionnaire", *Corporate*

Communications: An International Journal, Vol. 26 No. 3, pp. 589-604.
<https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2021-0006>

Visit Lisboa (2019) Estudo de Impacte Macroeconómico do Turismo na Cidade e na Região de Lisboa em 2018. Deloitte. Acedido a 3 de janeiro, 2022, a partir de, <https://www.visitlisboa.com/pt-pt/sobre-o-turismo-de-lisboa/d/598-estudo-de-impacte-do-turismo-2018/showcase>

Wijayanti, A., Titisari, K., Siddi, P., & Dewi, R. (2021) Implementation of health-based Standard Operating Procedures (SOP) as Covid-19 mitigation in hotel industry. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Teknologi dan Aplikasi, 2 (2), 129 - 138.
<http://journal2.uad.ac.id/index.php/spekta/article/view/3279>

Xabibjonovich, X. M. (2021) Organizational principles of number fund management in improving service in hotel farming. International Journal on Integrated Education, 4(3), 472 - 475.
<https://media.neliti.com/media/publications/344075-organizational-principles-of-number-fund-36f37ee3.pdf>

Yilmaz, O. D. (2018). Revisiting Employee - Guest Interactions in Hotels: An Analysis of Critical Incidents. Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing, 4(2), 17-23.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.1490400>


Zou, J., Ramirez, S., Erazo, M. & Encalada, M. (2019) The Significance of English Language Development for Future Asian Tourism and Hotel Management Professionals. Theory and Practice in Language Studies, 9 (1), 11-17, DOI: <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0901.02>

Zourgui, M. (2021) English Diversity in Hotel Management. Academic Review of social and human studies, 13 (2), 129 - 139 <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/552/13/6/161020>

XII. Anexos

Anexo I – Avaliação do Supervisor Estágio Curricular



EVALUATION OF THE INTERNSHIP SUPERVISOR AT THE COMPANY		
Name of Entity: Hermitage Hotel Prague		
Training supervisor: Bohuslav Machacek		
Student: Susana Beatriz Rodrigues Carvalho	N.º: 50036356	
Course: Mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria	Year: 2021/2022	Class:
Start: 12/07/2021	End: 14/01/2022	
COMPETENCES / ATTRIBUTES TO ASSESS		
Give each item a rating between 0 and 20. In cases where a certain criterion is not applicable, do not fill in the rating column and place an x in the "Not Applicable" column.		
	ranking	Not applicable
PERSONAL COMPETENCE		
Presentation and personal image	18	
Posture and know-how	16	
Punctuality and attendance	20	
Availability for work	19	
Ability to integrate and adapt	20	
Sense of responsibility	20	
PROFESSIONAL COMPETENCE		
Technical and professional knowledge	17	
Knowledge of foreign languages	20	
Oral and written expression	20	
Compliance with company / institution standards	20	
Ability to provide information	18	
Capacity for initiative and dynamism	18	
Creativity in carrying out the proposed tasks	19	
Ability to organize and execute	19	
Quality in the tasks developed	20	
Ability to work in groups	20	
Ability to solve problems	20	
Progress of performance and skills throughout the internship	20	
Final Stage Classification	19,11	
Comments on trainee performance		
During her traineeship, Susana showed high level of professionalism at all times, adapting herself quickly into an entire Front Office team and becoming a valuable member of this team. She is responsible, well organized, experienced and positive, having a good attitude and knowledge within the hospitality field. I would like to highly pointed out her great approach towards guests, her positive attitude and positive tone of voice. Susana is proactive and fulfilling all guests needs and requests. She is customer oriented, providing great hospitality.		
Interested in recruiting new trainees from the Universidade Europeia next year? If so in which areas?		
Yes, for Front Office and Food & Beverage		
The Supervisor: Bohuslav Machacek Date: January 10th, 2022 (Company Signature and Stamp) 		

tel.: +420 225 995 225
 fax: +420 225 995 111
 e-mail: info@hermitageprague.com
 www.hermitageprague.com
 IČO: 27146006 DIČ: CZ27146006

-4-

Anexo II – Mapa de Controlo de Assiduidade



Attendance Register

Month/Day	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
July														X	X				X	X	x			X	X	X			X		X
August	X	X	X			X	X	X					X	X	X	X			X	X	X	X			X	X	X			X	X
September	X		X	X		X			X	X	X	X				X			X	X		X		X	X		X	X			
October	X	X	X	X				X	X						X	X	X					X			X			X	X	X	X
November			X	X						X	X	X	X			X	X		X	X	X	X			X	X	X	X			
December	X	X	X	X		X	X		X	X	X		X			X												X	X		X
January	X	X			X		X	X	X	X			X	X																	

Course: Mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria

Student Name: Susana Beatriz Rodrigues Carvalho

Internship Company: Hermitage Hotel Prague – Hermitage Holdings S.A.

Supervisor: Bohuslav Macháček

Date of internship: From 12 / 07 / 2021 To 14 / 01 / 2022

Supervisor Signature and Official Stamp: _____

Hermitage Holdings a.s.
 Svobodova 1961/1, CZ – 128 00 Praha 2
 tel.: +420 225 995 225
 fax: +420 225 995 111
 e-mail: info@hermitageprague.com
 www.hermitageprague.com
 IČO: 27146006 DIČ: CZ27146006

-4-

1

Anexo III- Proposta de Valor – Manual de Recepção Online



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE



We took the best
& moved it forward

S I N C E

1 9 0 7

110

MORE
THAN 110
YEARS OF THE
BUILDING

90

FAMOUS
PRINTING HOUSE
FOR MORE THAN
90 YEARS

10

HOTEL WITH
TOP SERVICE FOR
MORE THAN 10
YEARS

2020

COMPLETELY
RENOVATED
IN 2020

HERMITAGE HOTEL PRAGUE: ONLINE RECEPTION HANDBOOK



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE

This manual was prepared by Susana Beatriz Rodrigues Carvalho during the curricular internship for the master's degree in Tourism and Hospitality Management of the Universidade Europeia.

2021-2022



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE

I.	The Hotel.....	6
II.	Vision and Core Values.....	7
III.	Localization.....	7
IV.	The Departments.....	8
V.	Rooms.....	9
VI.	Restaurant.....	12
VII.	Bar.....	12
VIII.	Reception.....	13
IX.	Meeting rooms.....	13
X.	Fitness.....	14
XI.	Garage and Outside Parking.....	14
XII.	Reception Standard Operation Procedure (SOP).....	15
	SOP 1 – Front Desk.....	15
	SOP 2 – Uniforms.....	15
	SOP 3 – Receptionists and Teamwork.....	16
	SOP 4 – Check-In.....	17
	SOP 5 – Walk-In.....	20
	SOP 6 – Extended Stay.....	21
	SOP 7 – Manager On Duty.....	22
	SOP 8 – Telephone Calls.....	23



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE

SOP 9 – Wake-up Call	24
SOP 10 – Group Check-In	24
SOP 11 – No Show.....	26
SOP 12 – Prepayment	26
SOP 13 – Payment, Pre-authorization, and Refund	27
SOP 14 – Guaranteed and Non-Guaranteed Reservations	29
SOP 15 – Parking	30
SOP 16 – Complimentary Room.....	32
SOP 17 – Room Move	33
SOP 18 – Check-Out.....	33
SOP 19 – Day Use.....	37
SOP 20 – Cashier audit and Drop Out	38
SOP 21 – Room Allocation and Reservation Share Profile	39
SOP 22 – Rooms ANC - Emergency Chain.....	42
SOP 23 - Paid Outs.....	43
SOP 24 – Corrections.....	44
SOP 25 – Packages and Mail	45
SOP 26 – Hotel Keys	46
SOP 27 – Luggage Room.....	48
SOP 28 - Safe Deposit.....	49
SOP 29 – COVID-19.....	51



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE

SOP 30 – Upselling	54
SOP 31 – Registration Cards and Guest Files	55
SOP 32 – Specific Guest’s Needs	56
SOP 33 – Guest Birthday and VIP treatment	58
SOP 34 – Communication between Reception and HSK	60
SOP 35 – Safety and Security	61
SOP 36 - Data protection	63
SOP 37 – Lost and Found	63
SOP 38 – Late Charges	64
SOP 39 – Down Time Report	65
SOP 40 - Systems Failure.....	66
SOP 41 - Taxi order	68
SOP 42 - Guest misbehavior	70

I. The Hotel

It was originally built in 1907 as a printing house, where hundreds of images and many publications were printed, as well as the first Czechoslovak stamps (in 1918). After 90 years in use, the printing house closed in 2005. In the beginning of the 21st century the building was transformed into a hotel, being first named Park Inn Hotel, a member of the Radisson



Note. Archive Hermitage Hotel Prague, 2021

Hotel group chain. After 10 years under the hotel chain, in January of 2020 the hotel was entirely renovated and no longer under the hotel chain rules. Nowadays it is known as Hermitage Hotel Prague, an elegant four-star and independent hotel.

The hotel made sure the history of the building was protected and preserved by



keeping the outside facade untouched as well as the high ceilings and main building structure. The outside facade presents Art Nouveau characteristics such as floral motifs, animal sculptures and printing symbols, from the time it was originally built. Furthermore, after 2005 to become a hotel, more rooms

Note. Archive Hermitage Hotel Prague, 2021

needed to be created. Therefore, and keeping the design protected, a second building was linked to the original building resulting in Building A and Building B, which only connect at the reception (ground floor).

On the other hand, the history was also kept inside by several details and decorations such as: the smooth colors that highlight the exposition of old journal pages with printed publications at the reception, the bar and restaurant named Type, preserved

pictures and facts about the printing house across the walls and finally the meeting rooms were smartly named after different fonts of letters and many other details.

II. Vision and Core Values

The vision presents the company's long-term ambition. Bearing that in mind, the Hermitage Hotel Prague vision is "to be the company of choice for guests, owners and talent". Furthermore, the values that the hotel follows are:

"We deliver memorable moments every day, everywhere, every time", "Yes I Can! spirit", "We grow talent, talent grows us", "We are many minds, with one mindset", "We value open and direct interactions to build trust", "We believe anything is possible", "We have fun in all that we do"

Note that since the transfer from the hotel chain into an independent hotel was so recent, the vision as well as the values remain the same as the Radisson Hotel Group. However, they will be changed and adapted to the new hotel in the future.

III. Localization

The hotel is in the city of Prague, capital city of the Czech Republic. The Vltava River can be reached in a 5-minute walk, as well as one of the most important places of Czech history, the Vyšehrad Park. There are other important attractions near the hotel, such as:

- The Botanical Garden (5-minute walk)
- The Dancing House (15-minute walk)
- The National Theater (20-minute walk)
- The Charles Bridge (30-minute walk)
- Prague Astronomical Clock (35-minute walk)
- Prague Castle (45-minute walk)
- Petřín Tower (45-minute walk)
- Prague Congress Centre (20-minute walk)

Moreover, the hotel is next to supermarkets, such as Tesco, Pepco and Lidl, as well as good local restaurants and cafes.

The nearest airport, the Václav Havel Prague Airport, is 12 km away from the hotel, and it can be reached in 45 minutes by public transportation, or 30 minutes by taxi or Uber ride. Also, the hotel provides transfers from and to the airport, according to a fixed price of CZK 700 (Hotel-Airport) and CZK 750 (Airport-Hotel). The main train station, the Praha Hlavní Nádraží, can be reached in 30 minutes by walking, 15 minutes by public transport, or 8 minutes by taxi or uber ride. The main bus station, Prague Florenc, can be reached in 45 minutes by walking, 15 minutes by public transport, or 8 minutes by taxi or uber ride. Furthermore, the hotel is close to two tram stops, the Albertov tram stop and the Výtoň tram stop, which allows guests to take a quick ride to the main city attractions.

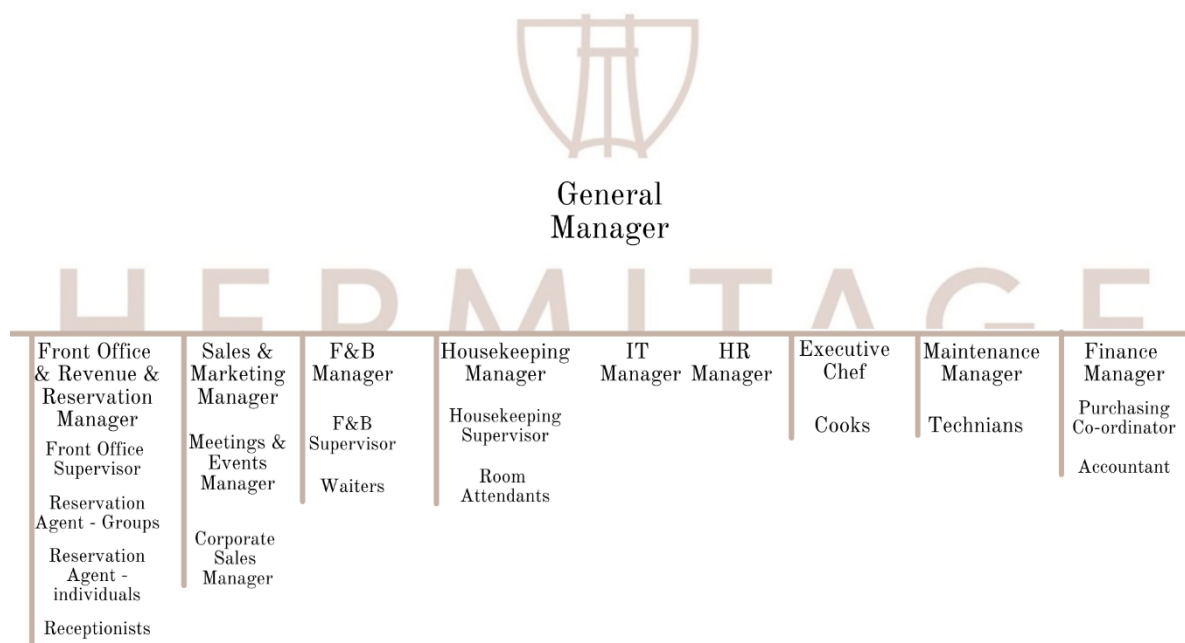
IV. The Departments

The Hermitage Prague Hotel is divided into eleven main departments: Front Office, Sales & Marketing, Reservation, Housekeeping, Meetings & Events, Human Resources, Food & Beverage, Kitchen, Maintenance, IT, and Finance. However, during the covid-19 pandemic the hotel departments suffered some changes, resulting in fewer quantity of staff and sharing of responsibilities. The current departments organization and staff is as it follows:

- General Manager - Miroslav Forejtek
- Front Office Department - Bohuslav Macháček (Front Office Manager), Ondřej Skoupý (Front Office Supervisor), Receptionists
- Sales and Marketing Department - Lukáš Moureček (Director of Sales & Marketing), Veronika Turoňová (Meetings & Events Manager), Christopher Downs (Corporate Sales Manager)
- Reservation Department - Bohuslav Macháček (Revenue & Reservations Manager), Linda Janíková (Reservation Agent – Groups), Eva Šmejkalová (Reservation Agent – Individuals)
- Housekeeping Department - Vitězslav Juřica (Executive Housekeeper), Housekeeping Supervisors, Room Attendants

- Human Resources Department - Barbora Macháčková (Human Resources Manager)
- F&B Department - Aleš Pikal (Director of Food & Beverage), David Šnajdr (F&B Supervisor)
- Kitchen - Miloš Fojt (Executive Chef), cooks
- Maintenance Department - Petr Hoffmann (Chief Engineer)
- Finance Department - Milan Lacina (Financial Manager)
- IT Department - Peter Fárník (IT Manager)
- Security (only available from 20 p.m. until 8 a.m.)

The next structural diagram (Figure) shows the organizational chart of the hotel departments.



Note. Author, 2022

V. Rooms

The hotel provides 4 categories of rooms in a total of 210 rooms spread throughout 5 floors in two adjoining buildings.

- The Standard Room

The standard room, which goes from 20 m² to 22 m², provides occupancy for a maximum of 2 adults. This room is available with twin beds, queen bed or king bed equipped with a shower, television, wardrobe, and a desk. And, with amenities such as tea and coffee making facilities, minibar, hair drier, towels, shampoo and bath gel, safe and laundry options. The total of standard rooms is 135: 3 are accessible rooms, 22 rooms have king beds, 44 have twin beds and 66 have queen beds.



Note. Hermitage Hotel Prague, 2021

- The Superior Room

The superior room, which goes from 23 m² to 26 m², provides occupancy for a maximum of 3 adults. This room is available with twin beds, queen bed or king bed, equipped with a shower, television, wardrobe, and a desk. This room category offers the option of adding an extra bed, according to an extra cost of 30 euro/night. And, with amenities such as tea and coffee making facilities, minibar, hair drier, towels, shampoo, conditioner and bath gel, safe and laundry options. The total of superior rooms is 52: 31 have king beds, 12 have twin beds and 9 have queen beds.



Note. Hermitage Hotel Prague, 2021

- The Superior Room with Terrace



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE

The superior room with terrace, which goes from 27 m² to 34 m², provides occupancy for a maximum of 3 adults. This room is available with a queen bed or king bed and equipped with a shower and bathtub, television, wardrobe, and a desk. This room category offers the option of adding an extra bed, according to an extra cost of 30 euro/night. And, with amenities such as tea and coffee making facilities, minibar, hair drier, towels, shampoo, and bath gel, safe, laundry options, bathrobe, slippers, and a Nespresso coffee maker. The total of Superior Room with Terrace rooms is 20: 11 have king beds and 9 have queen beds.



Note. Hermitage Hotel Prague, 2021

- The Suite



Note. Hermitage Hotel Prague, 2021

The Suite room, which is 62m², provides occupancy for a maximum of 4 adults. This room is available with a king bed, a separate living room and panoramic view, and equipped with a shower, bathtub, television, wardrobe, and a desk. This room category offers the option of adding an extra bed, according to an extra cost of 30 euro/night. And, with amenities such as tea and coffee making

facilities, minibar, hair drier, towels, shampoo, conditioner, and bath gel, safe, laundry options, bathrobe, slippers and Nespresso coffee maker, and free parking. In total there are 3 suites.

VI. Restaurant

The Type Restaurant situated on the ground floor of the hotel serves buffet breakfast from 7 a.m. to 10 a.m. every day. The restaurant provides a full healthy and diverse breakfast, such as gluten free options, vegan options, and lactose free options (upon request). The buffet includes fresh fruits, cereals, yogurts, eggs (scrambled and boiled), sausages, beans, several baked breads, tomatoes,



Note. Hermitage Hotel Prague, 2021

cheeses and diverse charcutiers, baked pastries and many other options. Upon the current covid-19 pandemic situation the restaurant closes after breakfast, reopening later from 18 p.m. until 22 p.m. for à la carte menu dinner. The menu offers a selection of traditional Czech cuisine as well as a variety of international dishes.

VII. Bar



The Type Bar, situated on the ground floor of the hotel is open from 17 p.m. until 22 p.m. A wide selection of beverages, spirits and cocktails can be prepared at Type Bar. In addition, the guests can experience some of the most delicious and traditional Czech beer provided on the bar menu.

Note. Hermitage Hotel Prague, 2021

VIII. Reception

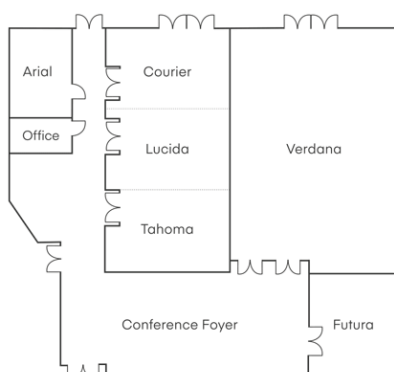
The reception is situated on the ground floor of the hotel, being open 24 hours a day. The usual check-out hours are until 12 p.m., and the check-in starts at 15 p.m. until midnight. In this central part of the hotel guests can see their requests and questions answered, via phone or face to face conversation. There is also a lobby area where guests can peacefully work or just relax with several chairs available to seat. Also works as the only connection between the Building A (main building) and Building B (new building) that form the hotel.



Note. Hermitage Hotel Prague, 2021

IX. Meeting rooms

On the ground floor of the hotel, meetings and events can be organized in the following rooms: Arial, Verdana, Futura, Courier, Lucida, and Tahoma. The 6 rooms can relate to each other providing events for a maximum of 160 people. All meeting rooms are equipped with audiovisual technology, furnished with chairs and tables, and some have natural daylight access.



NAME	SIZE (M)	SQ M	THEATRE	CLASSROOM	CABARET	BOARD	U-SHAPE
Arial	3,8 x 5,3	20 m ²	15	10	-	10	8
Courier	5,0 x 7	35 m ²	30	24	14	16	16
Lucida	5,0 x 7	35 m ²	30	24	14	16	16
Tahoma	5,0 x 7	35 m ²	30	24	14	16	16
Verdana	10,5 x 14	147 m ²	160	100	84	60	66
Courier + Lucida	-	70 m ²	66	40	42	36	32
Lucida + Tahoma	-	70 m ²	66	40	42	36	32
Courier + Lucida + Tahoma	-	105 m ²	100	64	56	52	40
Futura	4,9 x 6,3	31 m ²	25	20	-	12	14
Conference Suite 502	3,9 x 8,7	34 m ²	N / A	N / A	-	16	N / A
Foyer	5,9 x 16,6	98 m ²	-	-	-	-	-
Ceiling Height	3,8	-	-	-	-	-	-

Note. Hermitage Hotel Prague, 2021

X. Fitness

The hotel provides a fitness center open 24 hours every day. On the 6th floor of Building B, guests can use any of the exercise equipment provided, plus there is an open terrace with an exquisite view that goes from the Prague Castle to the Vyšehrad Castle and a glimpse to the Vltava River.



Note. Hermitage Hotel Prague, 2021

XI. Garage and Outside Parking

The hotel provides two parking options, there is a garage with 30 parking slots on the underground floor, with a cost of 22 euros per night. And an outside parking at the hotel street with 10 parking slots and a bus parking stop, with a cost of 15 euro per night.

XII. Reception Standard Operation Procedure (SOP)

The SOP main purpose is to ensure the receptionists' high service quality and to support them, as well as to fulfill the hotel policies and legal requirements.

SOP 1 – Front Desk

Purpose: to assure the guests' satisfaction and the correct presentation of the brand image and requirements.

Procedure:

- All desks must be kept clean and organized (that also applies to shelves and closets visible to the guest).
- Each receptionist is responsible for organizing the necessary equipment required (preparation of key card in the card holders, staplers and staples, envelopes, pens and paper, post its, paper roll for the credit card machine, and other office material).
- All equipment (computers, printers, phones, lights, credit card machines) should be functional and with the cables hidden and secured – if not the IT department must be contacted.
- Trash must be put in the bins and emptied during the day (to avoid clutter of trash).
- The receptionist should always leave their desks, as they would like to find it (Teamwork).

SOP 2 – Uniforms

Purpose: to ensure the correct front office staff grooming

Procedure:

- Each staff member acquires several items of clothing from the hotel, which must be kept in perfect condition and always clean.

- The housekeeping department is responsible for the cleaning of the staff's uniforms and for the documentation of the items given by each member of staff (for later return at the end of the staff's employment).
- When given the uniform to the housekeeping, the front office member must identify the pieces of clothing (as a guarantee for misplacement, damage or return of the wrong clothes).
- Employees should notify their manager for repairs or adjustments.
- Requests for additional uniforms should be given to the department manager.
- All uniforms acquired at the hotel are therefore property of Hermitage Hotel Prague.
- Do not use the uniform outside of the hotel premises.

SOP 3 - Receptionists and Teamwork

Purpose: to ensure the front desk team's quality service and teamwork.

Procedure:

The receptionists must:

- Work in a team, be kind and friendly with their colleagues - Teamwork is key!
- Provide special attention to every guest, take care of all guests, all their needs and ensure their happiness - Make guests feel like a VIP!
- Be responsible for your actions - do not be late, follow up on guests requests to you and keep them updated on what you are doing for them, keep promises, acknowledge when you have to apologize.
- Be capable of problem solving and to ask for help and to offer help.
- Be able to ask for help and to speak with the manager or supervisor about any problem or misunderstanding.

- Be polite to guests and colleagues - “hello”, “please” and “thank you” are always in fashion.
- Clean your workplace after leaving, share supplies and tasks - be proactive and be proud of your work.
- Be respectful and polite when communicating with other departments staff.
- Be updated about hotel services and hours.
- Acknowledge and learn about hotel surroundings - Guests love good tips.

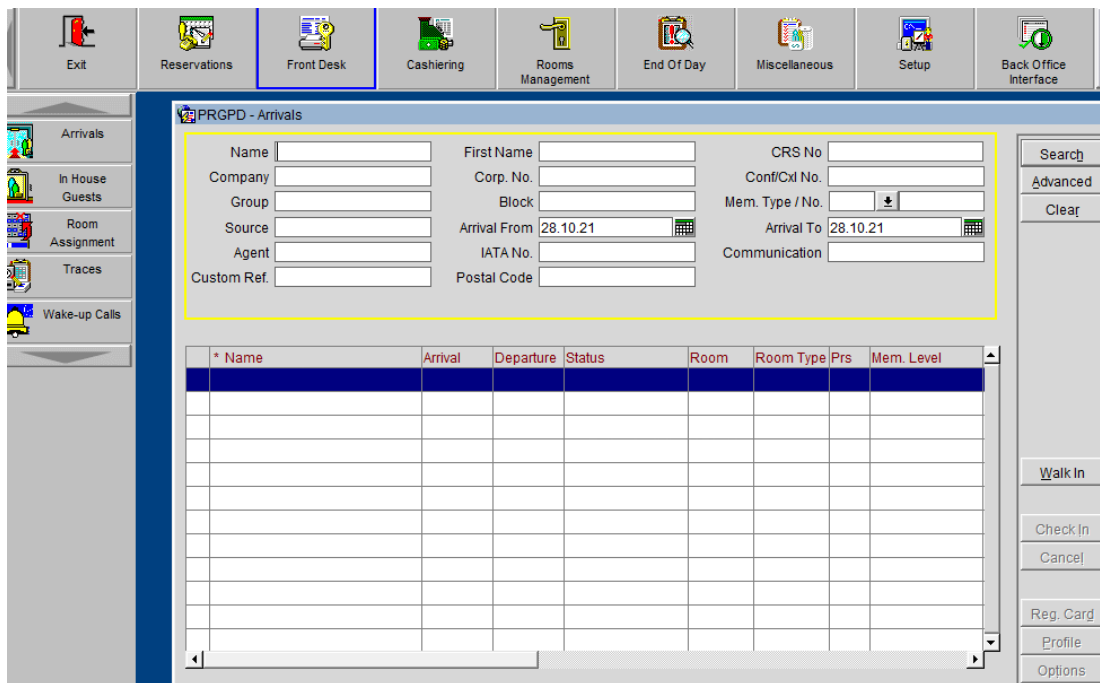
SOP 4 - Check-In

Purpose: to ensure the beginning of the guests' experience goes perfect. It's all about a good first impression.

Procedure:

When the guest is coming through the doors the receptionist should not be involved with paperwork or other duties.

1. While the guest approaches the reception, the receptionist should receive the guest standing up, and with eye contact and a warm smile.
2. Greet the guest and verbally welcome the guest. Make sure to use formal language while approaching the guest. If you recognize the guest, be sure to greet them using their name.
3. Then inquire for the reservation name, and search for the guest's reservation in the Opera system. Make sure to confirm aloud with the guest the details of his stay (number of nights, room category, packages included such as meals, parking or no parking, number of people). If there is not a reservation, see SOP 5 - Walk-In.



The screenshot shows the 'PRGPD - Arrivals' window. At the top, there is a navigation bar with icons for Exit, Reservations, Front Desk, Cashiering, Rooms Management, End Of Day, Miscellaneous, Setup, and Back Office Interface. On the left, there is a vertical menu with icons for Arrivals, In House Guests, Room Assignment, Traces, and Wake-up Calls. The main area contains a form for entering guest details:

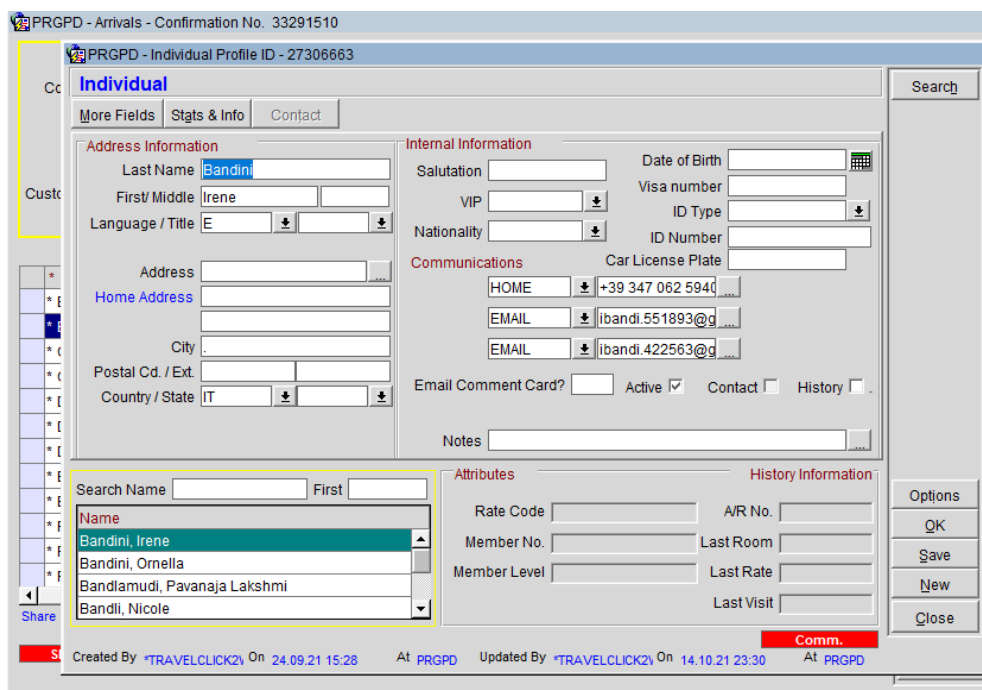
Name	First Name	CRS No
Company	Corp. No.	Conf/Cxl No.
Group	Block	Mem. Type / No.
Source	Arrival From: 28.10.21	Arrival To: 28.10.21
Agent	IATA No.	Communication
Custom Ref.	Postal Code	

Below the form is a table with the following columns: * Name, Arrival, Departure, Status, Room, Room Type, Prs, Mem. Level. The table is currently empty.

On the right side of the window, there are several buttons: Search, Advanced, Clear, Walk In, Check In, Cancel, Reg. Card, Profile, and Options.

Note. Oracle Hospitality, 2021

- Request for identity proof (Identification card or Passport). And proceed with the completion of each guest profile.




The screenshot shows the 'PRGPD - Arrivals - Confirmation No. 33291510' window. The main area is titled 'PRGPD - Individual Profile ID - 27306663' and 'Individual'. It has tabs for 'More Fields', 'Stats & Info', and 'Contact'. The form is divided into several sections:

- Address Information:** Last Name (Bandini), First/Middle (Irene), Language/Title (E), Address, Home Address, City, Postal Cd./Ext., Country/State (IT).
- Internal Information:** Salutation, Date of Birth, VIP, Visa number, ID Type, Nationality, ID Number, Car License Plate.
- Communications:** HOME (+39 347 062 594), EMAIL (ibandini.551893@g), EMAIL (ibandini.422563@g).
- Attributes:** Rate Code, A/R No., Member No., Last Room, Member Level, Last Rate, Last Visit.
- History Information:** (Empty fields)

At the bottom, there is a search box for 'Name' with a dropdown list showing: Bandini, Irene; Bandini, Ornella; Bandiamudi, Pavanaja Lakshmi; Bandili, Nicole. The status bar at the bottom indicates 'Created By *TRAVELCLICK21 On 24.09.21 15:28 At PRGPD Updated By *TRAVELCLICK21 On 14.10.21 23:30 At PRGPD'.

Note. Oracle Hospitality, 2021

In Opera, open each guest profile and scan the ID card or Passport, followed by printing the Registration Card¹⁸. The registration card presents as follows:


HERMITAGE
HOTEL PRAGUE

Registration Card

Please use block letters

Family name:		First name:		Title:
Passport No.:		Date of birth:		Nationality:
Home address:				Visa no.:
Billing address:				
E-mail:			Phone no.:	
Room no.:	Arrival date:	Departure date:		Car License Plate:
<input type="checkbox"/> Business stay / Ubytovani za ucelem vykonu povolani I confirm that I am travelling on business / Potvrzuji, ze se ubytovavam za ucelem vykonu povolani.				Estimated Check-Out time:
<input type="checkbox"/> Yes, I would like to receive commercial communications via e-mail from the Hermitage Hotel Prague relating to its products and services, including related offers and promotions. I consent to the processing of my personal data for that purpose as well as for data analytics purposes. I am giving my consent for unspecified date. You may opt out at any time according instruction provided in every commercial communication.				

We inform you, that while you are staying with us, your personal data will be processed by Hotel for the purposes described below and in accordance with the Privacy Policy available at the front desk or at www.hermitageprague.com.
 We process your personal data (duration of the accommodation, purpose of the stay, first name, family name, address of the permanent residence or permanent residence abroad, ID card No. or Passport No.) by the applicable laws No. 565/1990 and also personal data (start and end of accommodation, purpose of the stay, first name, family name, address of the permanent residence or permanent residence abroad, ID card No. or Passport No., VISA No. permission, Nationality and Date of birth) by the applicable laws No. 290/2004 and will be handled in accordance to the law no. 101/2000 and Regulation (EU) 2016/679 (GDPR).
 I agree that in the event of my sustaining injury during my stay at the hotel or of my property being lost or damaged, I will notify the management of the hotel prior to my departure and I also agree that any claim I may have arising out of such matters shall be subject to the laws of Czech Republic and that the Courts of this country shall have exclusive jurisdiction over any such claim. Hotel assumes no responsibility for guests' belongings of any kind unless deposited into the safety box at the front desk.
 I agree that I am fully liable for all services charged to my guest account during my stay at this hotel. I hereby consent to the action of the pre-authorization of my credit card by Hermitage Hotel Prague for the estimate amount of expenses until the final invoice will be issued. I hereby authorize Hermitage Hotel Prague to charge my credit card for hotel services used but not paid upon my departure.
 I agree that I am fully liable for all services charged to my guest account during my stay at this hotel. I hereby consent to the action of the pre-authorization of my credit card by Hermitage Hotel Prague for the estimate amount of expenses until the final invoice will be issued. I hereby authorize Hermitage Hotel Prague to charge my credit card for hotel services used but not paid upon my departure.
 I agree that I has been acquainted with the Housing Rules sufficiently prior to the service being provided. The body exercising supervision over customer protection and the entity in charge of out-of-court settlements of customer disputes is the Czech Trade Inspection Authority (CTIA), Stepanska 15, Praha 2, 12000, e-mail: adh@col.cz, www.col.cz.
 We inform you, that based on the amendment to Act 565/1990 Col. with effect from 1.1.2020, newly imposed City Tax 21 CZK per night per adult (18 years old and above) have to be paid by each guest, regardless purpose of stay.

Please sign here: _____

Note. Oracle Hospitality, 2021

5. Finally, request a covid-19 test and/or a vaccination certificate.
6. Make sure the room is in an Inspected status before checking in or try assigning to another room.

The Opera system presents 3 cleaning status: Inspected, Clean and Dirty. The housekeeping oversees those during the day. In case the room isn't ready the Opera

¹⁸ Registration card = permits to record the guest profile, and after the guest departure it becomes part of the hotel guest database. If the guest returns to the hotel, they can easily be identified, and recognized saving time to the guest next check in and allowing the receptionist to fulfill previous requests

system will show a warning. However, the receptionist can and must contact the housekeeping (dial 3726) to confirm the status of the room, before checking in the guest.

7. The registration card must be signed by each guest, as well as the home address. The remaining details are up to the guest to fill in. Ask if the guest would like the invoice in the company name, if so, request the guest to write them down on the registration card (to prepare the routing, see check out sop).
8. Ask for a credit or debit card for guarantee of extra expenses. For long stays (the reservations are not prepaid, the guest is a self-payer) a pre-authorization is required, with the accommodation total of the stay plus CZK 1000. Regular guests do not need to pre-authorize until the amount of CZK 10.000.
9. Program the room key (with the Vision program) and hand it to guests, saying only the floor aloud (do not say the room number) and guide them to the lifts for the room floor.
10. Explain opening hours for breakfast, bar and restaurant, internet, fitness, check out time and entrance to the garage (if applied).
11. Offer a city map, and request if the guest would like some advice about places to visit, places to eat, places to shop, and the possibility to reserve excursions, sightseeing trips, reservations in restaurants, concerts, and others.
12. Wish a nice stay and show availability of the reception for further help or requests.
13. File the registration card in the front desk archive drawers

SOP 5 – Walk-In

Purpose: the walk-in does not have a reservation made before arriving and they represent the possibility of increase in revenue and a future guest of the hotel.

Procedure:

1. As the guest approaches, he must be greeted as follows in the SOP 4 – Check-in. This guest can be a future guest in the hotel.

2. Ask the guest for the length of stay and number of adults and rooms.
3. Explain to the guest the different categories of rooms available, and the following rates.

To see the rooms available and in Inspected status use the quick key opera option (press F3)

To see room rates in opera: Reservations - New reservation - select dates, number of adults and rooms - Ok.

4. By following the previous steps, a new reservation is being created. Then request the guest ID cards and the procedure follows as explained in SOP 4 - Check-in.

As a hotel policy - the walk-in guest must prepay all the stay or must provide a credit card for pre-authorization in the amount of the entire stay.

5. After the payment or pre-authorization, the room key is given to the guest.

In case the guest prolongs their stay, the guest can either pay in advance or with the credit card a reauthorization is made with the additional amount.

If the guest would pay for the stay in cash, request a deposit of CZK 2000 deposit (or more, depending on the length of stay) as guarantee of other hotel services (restaurant, bar, mini bar).

Keep attention to:

- Suspicious or undesirable guests (call manager or security if needed)
- The room rate and stay details are agreed and confirmed by the guest

SOP 6 - Extended Stay

Purpose: to ensure the correct extension of guests' stay.

Procedure:

1. Confirm if there is availability for the extension (guests in house have priority over the arrival guests)

2. Check the guest's current reservation. If reservation is made with OTA, remember to tell the guest that the rate will be different. If not, the room rate can be kept the same as the current reservation
3. Check the guest's reservation for a valid payment method. If necessary, a reauthorization on the credit card for an additional amount must be done.

To extend in the Opera system (go to the guest reservation – change departure date) this is possible only for reservations not made with OTA (booking, secret escapes, etc) In case there is an OTA reservation, a new reservation must be made for the guest with the respective dates and details.

In the front desk archive drawers, search the guest Registration card and manually rewrite the correct departure date.

Attention, you must always call the Housekeeping when there is a stay over, so they know it's an occupied room and not a check out room.

4. For the guests' satisfaction make sure they keep the same room. If the room is blocked to another reservation, check why it is blocked and if it is possible to reallocate the arriving guest.

SOP 7 – Manager On Duty

Purpose: defining the MOD, “Manager on Duty” (MOD).

Procedure:

When the general manager is off duty, another staff member will fill in Most of the time it's assigned to head managers of departments, such as revenue, front office, finance, sales, FB, kitchen and IT managers. The purpose of assigning a MOD is so there is someone available and responsible for handling the master key, for difficult guest problems, guest complaints, maintenance requirements and emergency situations.

To reach the MOD dial 3737 or use the mobile phone number option available at the front desk (778413737).

SOP 8 – Telephone Calls

Purpose: to ensure the calls are responded with etiquette, kindness, professionalism and politeness.

Procedure:

At the ring of the front desk phones, the call must be taken. However, two situations can occur - outside number calls or inside number calls.

For outside calls, the number will have 9 to 12 digits, and the answer should go as follows: Good Morning/Afternoon/Evening/Night. Hotel Hermitage Prague (your name) How can I help you?

For Internal calls, the number will have the guests number digits, and the answer goes as follows: Reception, (Your name) speaking. How can I help you?

There will be situations that the call must be transferred or placed on hold.

To transfer the call, make sure which department should take the call according to the guest's problem or request. Inform the caller that it will be transferred and why. Be polite by asking the caller to wait for a few seconds. Dial the department that will take the call and briefly inform the purpose of the caller, then you can transfer it.

Only transfer the call - if you do not understand the caller's needs, if you are not sure about how to solve the issue, if you know someone else will be a better helper.

To place the caller on hold, make sure the guest understands that you will be right back with him. Request: May I put you on hold. Could you hold on please.

The previous answer is also applied if involved in a conversation with a guest. Bear in mind that the caller does not know if you are busy, however the call must be answered. If such an occasion occurs, ask the guest to excuse you, answer the call and ask the caller to wait a little. Thank the guest for waiting and continuing the conversation. Finally answer the caller and thank them for the waiting.

Attention: avoid jargon with guest conversations - such as MOD, GM, since these are used only in hotels and the guest might get confused and won't understand

SOP 9 – Wake-up Call

Purpose: to ensure the right setting of the wake-up call

Procedure:

When a guest requests a wake-up call, make sure you pay attention. Ask for the time, date, room number and guest's name. You should repeat the previous details aloud to make sure you understood them correctly.

In Opera - Front Desk - Wake-Up Calls - New, set the wakeup call in the system, and double check if the time, date and room number are correct (double check with Opera if the name matches to the room number given by the guest).

SOP 10 – Group Check-In

Purpose: to ensure the smooth progress of the group's arrival, the correct billing and all guests satisfaction.

After the organizer or group leader provides the rooming list to the Sales department or the reservations department, the information and requirements must be double checked with the reservations on the Opera system (rooms, billing instructions, arrival and departure, special requests).

- Before the group arrival:

The information about the arriving group must be submitted to the FO Supervisor and Front Office staff. The arriving time of the group must be given to the Housekeeping Manager to ensure the rooms are ready at the arrival of the group. Any changes must be communicated to the FO supervisor and FO staff by Sales or Reservations staff in person or in writing.

- Preparation on the night shift the night before:
 1. Assigning group rooms according to requirements (preferably rooms on the same floor, drivers and guides can get worse rooms)
 2. Verify group information (payment, parking, time of arrival and departure)



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE

3. Print the group rooming list from opera, (2 copies are made - one is given to the group leader, the other goes to file in the folder kept in FO for future references)
4. Print each guest's registration card, and code the keys (1 key per room) for the stay
 - Check-in procedure:
 1. Confirm that all rooms are in "inspected" status (Reservations - Blocks - search by block code - edit - Reservation - Group option - Room status)
 2. Call housemen if portage is ordered
 3. Give the registration form/ registration card to the guests or if the leader decides so, the Registration Cards and Room keys can be given upon their return at the reception until 22:00 p.m.

In this case he should make sure that all group members correctly fill in the registration cards and are returned to the reception. The group members must fill in name, last name, date of birth, nationality, and ID/passport number.

4. During the check in - Ask the guide's confirmation about wake-up call requests, breakfast time, luggage service and departure time
5. About the guarantee of extra expenses, there are two ways it goes:

If it is guaranteed, no deposits or credit/ debit cards are needed to be obtained.

If it is not guaranteed, it is informed that guests must provide a card or pay directly to use the additional services. When paid directly, the counts must be closed by going to Front Desk - Reservation - Options - Privileges - No post, this way the guest can only use other services by paying directly to those services, such as at the bar or restaurant.

6. Explain the guide some hotel information and details, such as bar and restaurant opening hours, fitness center
7. Perform the check-in at the opera (Reservations - Blocks - search by block code - Edit - Resv. - Group opt. - Check-In Group - Inspected rooms only)

SOP 11 – No Show

Purpose: correct registration of the no show guest, as well as the correct charge

No show - represents the reservations made that did not arrive at the hotel, which means the guest did not show up to do check-in.

Procedure:

The guest should be aware of the cancellation policy when they are making the reservation. There is a non-refundable policy and a refundable policy. The non-refundable cancellation policy dictates that the guest will be charged the first night, in case the reservation is not canceled until 18 p.m. The night auditor will make the charge of the first night.

- If the guest arrives the next day (after night audit)

The reservation is renewed (reinstated) and the amount for the first night is manually charged to the guest's account. If the reservation was only for one night, it is necessary to shorten the renewed reservation to 0 nights (day use)

- If guest does not arrive - the non-refundable policy dictates the full charging of the stay

SOP 12 – Prepayment

Purpose: ensuring the correct prepayment of the reservation and the correct procedure of cash deposits.

Procedure:

- Prepayment before arrival

Credit card: The guest provides a credit card number and expiration date to use for charging the full amount of the stay plus city tax. The reservations department, or the Front Office Supervisor are responsible to make the charge to the guest's card.

However, the procedure goes in Opera:

1. See the rate info of the reservation (It will show the total amount to be charged)

2. In the payment terminal set the amount, then the card number and the expiration date, and finally confirm
3. In billing post the amount charged (be aware of the VAT codes, they may differ in 0%, 10%, 15% or 21% according to the ordered services)
4. Create a trace to remember the night auditor to put the charges in minus on the day of arrival, since the payment is already done
5. Also leave in the reservation boxes “Extra 1” or “Extra 3” the word “prepaid”

For the bank transfer the previous procedure is followed only after crediting the amount from the bank account. However, it may be required the assistance of finance department for situations that the payment is received in advance, and a PM is created with the amount transferred (more usual in situations of group reservations).

For prepayment in cash the procedure follows as previously explained.

- Prepayment on the arrival day (precheck-out)

Cases when the guest wants to settle the bill at the check in or before the check-out date. Is as it follows:

1. The reservation must be in check-in status
2. Open Cashiering, select the room
3. Open the room - select Settlement - Advance Bill - Entire Stay (this will automatically post the whole amount of the stay plus the city tax to be paid)
4. Close the window if other services require it to be posted
5. Finally, Settlement - Interim Bill and the payment can be completed

SOP 13 – Payment, Pre-authorization, and Refund

Purpose: to provide several methods of payment to guests and minimize the hotel risk

Procedures:

The hotel accepts the following means of payment: American Express, Cash, Cheque, Diners Club, Maestro, MasterCard, V Pay and Visa.

- Cash

When the guest pays in cash all the banknotes need to be properly checked (with special markers at the reception). For payments in Cash the hotel besides receiving the local currency, Czech Crowns, can also receive Euro and US Dollars. However, the hotel does not exchange money, therefore if the guest pays in other currencies the money to be returned will be in local currency.

Cash notes (with the same value or higher than CZK 1000, EUR 50 or USD 50) have to be checked for validity with the special pen situated at the Front desk, as well as any other suspicious bank notes. If the notes are not valid the receptionist has the right to refuse payment and ask for another method of payment (credit or debit card).

For lack of other options, request help to the Front Office Manager or MOD.

- Card (American Express, Diners Club, Maestro, MasterCard, V Pay and Visa)

For a debit or credit card payment ensure that:

1. The card is valid
2. The name of the card corresponds to the guest's name
3. The payment or pre-authorization is fully accepted at the payment terminal

To complete the payment (See SOP – Check-out):

1. Pay attention to the amount inserted in the payment terminal and the amount received in cash
 2. Confirm that you are not overcharging the guest (check for possible pre-authorization alerts or others)
 3. When completing the payment put the correct method of payment for the invoice.
- Pre-authorization:

Usually made at check-in when the guest stay is not prepaid, and the length is superior to 4 nights of accommodation:

1. Request a credit card to the guest
2. In the credit card terminal choose the option “Pre-authorization”
3. Input the estimated amount in the credit card terminal
4. Insert the card number and the expiration date
5. Print the receipts, the Customer receipt – give to guests, the Merchant Receipt adjoins it to the registration card.

Any time the credit card is not approved, and the guests do not have other options of payment the Front Office Manager, Manager on Duty or other responsible must be called to offer an alternative method of payment.

- Conditions for other situations:

A credit card is left behind – try to reach the guest, inform the FOM or DM. However, if the guest cannot be reached, the FOM will contact the Credit Card Company for further instructions.

The Night Auditor will print the report showing all payment transactions and send it to the Accounting Department

Refund of any amount must be done by FOM or FO supervisor – they have the responsibility and authorization to act in these situations. All refunds will be presented and checked by the Financial Controller and the General Manager

SOP 14 – Guaranteed and Non-Guaranteed Reservations

Purpose: ensure the correct method of procedure for each type of reservation.

Procedure:

The hotel recognizes two types of reservations guaranteed and not guaranteed (NG) (used to identify and deal with different types of reservations):

1. Guaranteed Reservations

The hotel confirms that the room will be available on the day of check-in until check-out the next day. On the other hand, the guest agrees to pay for the room even if they do not arrive (see SOP – No show).

Different methods of guaranteed reservations:

1. Prepayment - Before arrival date, the guest will send the payment for the entire stay plus the city tax. (See SOP – Prepayment and deposit).
 2. Credit card account - The guest provides the number of their credit card. If the guest doesn't arrive or doesn't cancel the reservation in the correct way, the first night plus city tax can be charged to the credit card (See SOP – No Show).
 3. Travel agent account – A travel agent is responsible to pay for the guest stay and city tax if the guest does not arrive or does not cancel the reservation.
- Non-guaranteed Reservation

In this case the hotel only keeps the room until 6 pm. After this hour, the room can be sold to another guest. However, when the guest arrives, it is required to request for a guarantee of the stay (See SOP - Check In)

The guest can provide a debit or credit card number or leave a cash deposit. The card number and the expiration date are added in the reservation.

If the guest doesn't have a debit or credit card, they must be informed that any use of the other hotel services must be paid on spot.

SOP 15 – Parking

Purpose: the correct use of hotel parking, the exceptions and the prices associated.

Procedure:




Only hotel guests or hotel visitors (for reasons such as meetings, restaurant or bar) can use the parking facilities.

- Parking in the hotel garage (30 slots)

Located on the ground floor of the hotel (-1). Guests can make a reservation for the garage; such reservation will appear in the guest reservation as Item Inventory PSG.

The garage rate is CZK 650 per day or CZK 70 per hour.

At check-in, the receptionist hands the guest a parking ticket. This parking ticket has the following information: number of the card, date of arrival, date of departure and initials of the receptionist issuing the ticket, which the guest must put in the windshield of the car.

PARKING ALLOWED		PARKING ALLOWED		PARKING ALLOWED	
CARD No.	1	CARD No.	6	CARD No.	11
Hotel assumes no responsibility for cars parked on the street <i>Das hotel nimmt keine verantwortung für autos die auf der strasse parken</i>		Hotel assumes no responsibility for cars parked on the street <i>Das hotel nimmt keine verantwortung für autos die auf der strasse parken</i>		Hotel assumes no responsibility for cars parked on the street <i>Das hotel nimmt keine verantwortung für autos die auf der strasse parken</i>	
ARRIVAL		ARRIVAL		ARRIVAL	
DEPARTURE		DEPARTURE		DEPARTURE	
FO INITIALS		FO INITIALS		FO INITIALS	
Please leave this card on visible place behind the windshield of your car		Please leave this card on visible place behind the windshield of your car		Please leave this card on visible place behind the windshield of your car	
 HERMITAGE		 HERMITAGE		 HERMITAGE	

Note. Front Office Archive, 2021

On the daily parking form, the receptionist will write down the ticket number, the guest's name, the room number and vehicle license plate number. This information will then allow the guest to be traced if necessary and serves as a basis for parking billing. Finally, provide the guest with the programmed room and garage card.

- Outside Parking - located in the street, in front of the hotel (10 slots + 2 bus parking slots).

The outside rate is CZK 450 per day or CZK 45 per hour.

It is the same procedure as for garage parking, but the guest does not need to program the card.

The daily parking form placed at the reception, contains the number of the parking card, room number, guest name, arrival and departure date, whole amount of parking

charge, initials of receptionist, who has issued the card and is responsible for charging the parking and plate number of the guest's car. The daily parking forms are stored in the parking file, situated in the front desk.

The night security will control the parked cars and keep them safe. If some car is found without the parking ticket, the security will inform the night auditor by sending a report with the car plate and where it is parked. The night auditor will then locate the car owner in the daily parking forms and make the charge of the parking to the guest's room billing.

Special situations of parking:

- For outside people, not hotel guests - Only by agreement with FOM or the head of department. In this case the price can also be different and determined by agreement. The individual will receive the parking ticket and if so the garage card, after prepayment of the parking.
- Hotel staff can use the parking (garage and outside) during their work shift

SOP 16 – Complimentary Room

Purpose: definition of complimentary rooms and ensuring the conditions of use.

A complimentary or house use room should not be treated as revenue and the department initiating should cover all the costs (such as cleaning and breakfast).

Complimentary rooms are used for:

- Potential future clients by invitation of Sales & Marketing Manager or General Manager (GM) (test stay)
- Manager On Duty (MOD) or other people in charge of the hotel operation
- Employees in approved cases (internship, early/late shift)

The reservation department or head of department (HOD) will issue an application for a complimentary room, which is submitted to GM for approval. After approval, the request is forwarded to the reservation department, which creates the reservation.

(GM must always confirm all the complimentary rooms in advance, which then are checked by the financial controller).

In Opera, it is possible to distinguish these reservations by their rate code, Z-COMP or Z-HOUSE.

SOP 17 – Room Move

Purpose: identify the reasons the guest is not satisfied and ensure the new allocation will be an improvement.

Procedure:

The guest requests or makes a complaint - **Apologize** for the inconvenience caused.

Check the room where the guest is allocated and search for other options. First, rooms in the same floor (for easier moving), then rooms in the same building. Bear in mind that the new room must be in the same category of the previous room.

Offer some room move options to the guest and make sure you or someone (such as the MOD, FOM or the supervisor) can escort the guest to choose the new room.

If the guest is still not satisfied, request help from MOD, FOM, for a possible free upgrade on the room category.

Once the room is set, change the reservation in Opera from the previous room to the new room (do as well regarding the registration card already filed in the front desk). Establish the previous room as Dirty status or Inspected (if the guest has not unpacked or entered the room).

Call housekeeping to inform them of the room move.

Make a follow up call to the guest to ensure their needs are satisfied.

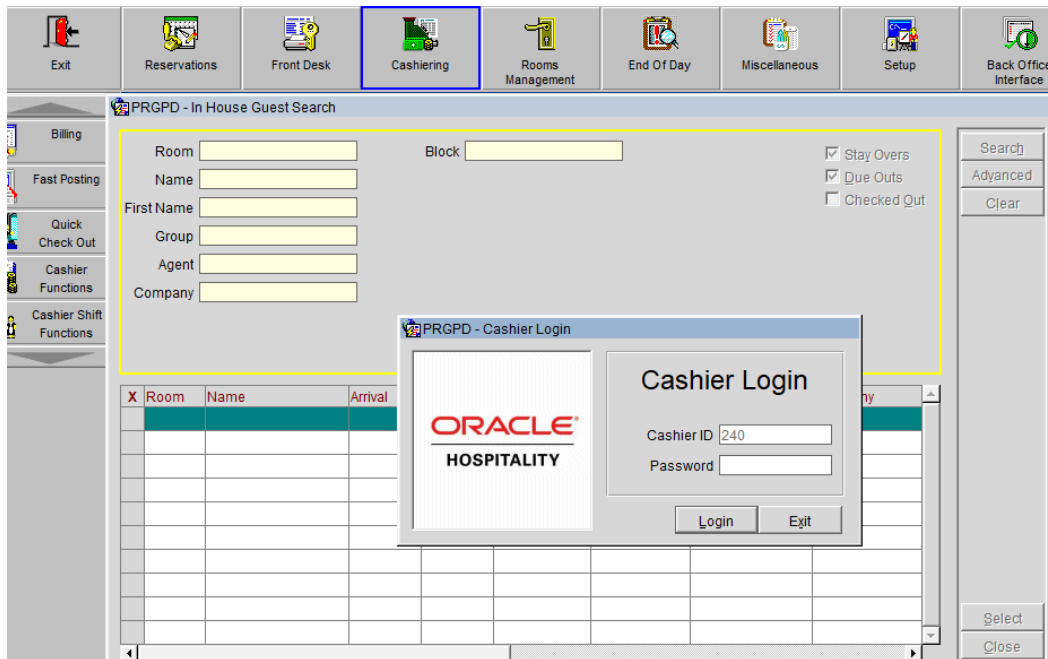
SOP 18 – Check-Out

Purpose: ensure to the guest a high-quality service until the last moment of the guest's stay

Procedure:

Check-out is the last point of contact and the last opportunity to please the guest and to ensure their complete satisfaction with the stay.

1. Make eye contact and greet the guest, while they approach the front desk. Ask how you can help
2. Collect the room keys. And in Opera open Cashiering - Billing- search the room number of the guest



Note. Oracle Hospitality, 2021

PRGPD - In House Guest Search

Room Block Stay Overs

Name Due Outs

First Name Checked Out

Group

Agent

Company

X	Room	Name	Arrival	Departure	Balance	Status	Agent	Company
	154	<input type="text"/>	13.11.21	16.11.21	126.00	DUE OUT	Booking.com	
	154		13.11.21	16.11.21	0.00	DUE OUT	Booking.com	
	237		15.11.21	16.11.21	0.00	DUE OUT	Booking.com	
	256		13.11.21	16.11.21	0.00	DUE OUT	Secret Escapes Ltd	
	311		12.11.21	16.11.21	5,984.80	DUE OUT	Booking.com	
	312		11.11.21	16.11.21	0.00	DUE OUT	VeryChic SAS	
	312		11.11.21	16.11.21	7,300.00	DUE OUT	VeryChic SAS	
	316		12.11.21	16.11.21	309.00	DUE OUT	Booking.com	
	317		12.11.21	16.11.21	6,329.80	DUE OUT	Booking.com	
	324		12.11.21	16.11.21	5,429.80	DUE OUT	Booking.com	

Share with Cafiero, Sabrina

Routing

Comments

Share

Note. Oracle Hospitality, 2021

3. Say the guest's last name to verify if it is the right room number. Then confirm the billing address. To add a new address: Options - Routing - Window - select an existing source or create another by New - Source. Check the information before saving with the guest, because after saving it can't be changed. Finally, move the required fees to the respective routing window. (Process more usual for business guests that asks for an invoice with the company details)
4. Ask if the guest had anything from the mini bar, if so, post the respective items.
5. Verify items: the billing details to be paid, the number of nights, the city tax, the mini bar, the restaurant and bar service and the parking. (Verbally check each charging in the folio¹⁹, in case there are several parcels, print the folio so the guest can confirm each of them)

¹⁹ Guest Folio = is the guest bill in the hotel, therefore it contains and records all transactions occurred by the guest in the respective room. The recording process is called posting (such the post of the accommodation rate, of the city tax, of the mini bar or others) done consecutively in the order by date.

Ask the method of payment to the guest (cash or card)

1. Confirm what payment method the guest will use (cash or credit card).

For card payment - Insert the total amount in the payment terminal and ask for the guest to complete with the use of the contactless card option and inserting the PIN. The amount is always entered in CZK currency at the payment terminal, cards with currency outside CZK will be offered to decide between the local currency or the other main card currency to make the payment.

For cash payment - confirm and count the total amount given to you by the guest. Attention the hotel accepts only currencies recorded in opera (CZK, EUR, GBP, USD) and the exchange rate is set by the finance department and recorded in opera.

For pre-authorization completion (if applied) - choose the option "authorization completion" in the terminal, and with the help of the pre-authorization receipt (usually saved with the registration card) insert the code of the pre-authorization, insert the correct amount to be charged and follow further terminal instructions.

1. Check out the guest at the opera "check-out" and choose the correct payment method before Post. The Opera will automatically print two copies of each guest room checked out. One copy can be given to the guest (if asked) the other copy is filed in the front desk
2. Ask the guest if they want the invoice and offer an envelope to put it in
3. Reach out to the guest and ask about their stay (satisfaction with room, services, food, where they went in the city, what they liked in the city, etc.). Offer to help with anything else (such as luggage storage)
4. If using garage parking, direct the guest to the correct elevator and explain how to get out of the garage, make sure the key still works, and/or make a new one
5. Thank them for the stay and wish the guest a happy journey
6. Don't forget to use the guest's name
 - Late Check-Out

In selected cases, we can offer guests a late departure until 15:00 free of charge.

1. If the guest wishes to stay in the room until 18:00, we will charge them a late check out fee of half the daily room rate.
2. In case he wants to stay longer than 18:00, then he is charged the rate of a night (daily rate room).

In all cases, the receptionist can be flexible according with the of hotel occupancy and the situation (we can reduce or forgive the fee for a permanent guest, long-term stay, or others)

However, pay attention if the room is not assigned for a new arrival, if so, change the room of the arrival for others.

Do not forget to inform the housekeeping department for late check outs.

Group Check-Out

In Opera – Cashiering - Quick Check-Out function – insert the group name - Select C/O Zero (this will check out just the rooms which billing has zero expenses). The ones with payments to settle will be left in Due Out status.

The leader must be contacted if some of the members have payments to make, since the leader is responsible for the group and for their expenses.

SOP 19 – Day Use

Purpose: define the day use room standards.

The day use room is the use of the room during the day, which means the guest does not stay overnight.

Procedure:

This category of reservation requires a previous agreement with the reservation department, which sets the rates and availability. The guest can check in at 10 a.m. and must check out until 18 p.m.

The reservation will show zero nights, and the housekeeping must be informed every time there is such a reservation (so the room can be cleaned as fast as possible and then give the opportunity to the reception to resell it to other guest)

SOP 20 – Cashier audit and Drop Out

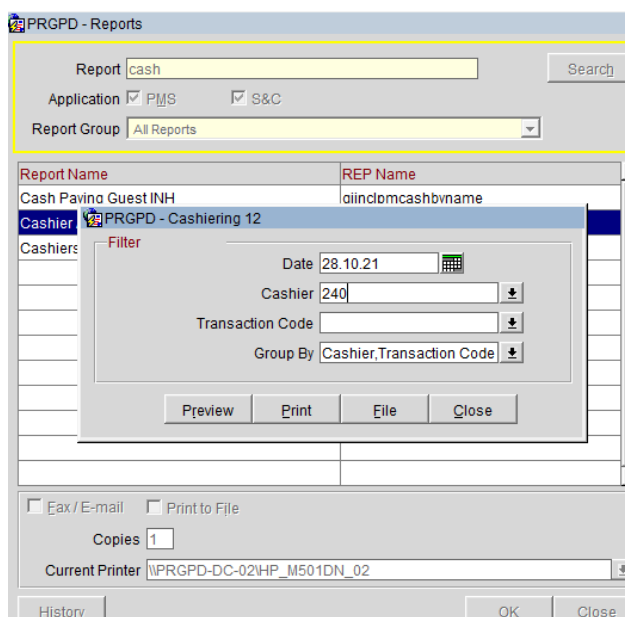
Purpose: secure the hotel revenue and prevent embarrassment to the receptionist

Procedure:

When a receptionist starts the shift, he becomes responsible for the cash money kept at the front desk (each has an even amount of CZK 41 000) Therefore when the receptionist begins their work shift, they open the cashier and must count if the amount is correct. And the same occurs at the close of the cashier at the end of each shift. However, the cashier closure procedure involves the drop out procedure (occurring when there are guests' payments in cash).

The drop out means that the receptionist received cash during the day, and that cash represents revenue that must be given to the finance department.

1. In Opera – Miscellaneous – Reports - Cashier Audit - set the current date – insert cashier number – Print (from this report it can be seen the amount of cash that must be collected from the cashier and drop out in the back office safe).



Note. Oracle Hospitality, 2021

2. Take the amount present in the previous report and fill in the drop out form.

3. Then with the amount of the drop out form and the report, put it all inside of a zip bag.
4. Take the zip bag to the back office, there is a safe and a daily drop out sheet, where the receptionist will fill the date, time, department, and amount that will drop out. Then open the safe and insert the zip bag.

After the revenue is secured in the safe, the receptionist will count the amount of cash left (which should be the same as from the beginning of the shift).

In case of missing money, it is the receptionist's responsibility to cover the missing amount. Or in case of extra money or tips the receptionist can put that money aside for them.

Attention. Always double check when doing the cashier audit and double check the amount to be drop out.

Cashier Check – the Finance department with the FOM will collect the dropouts of the back office safe daily. The finance department oversees and confirms that the amounts collected are correct, and in case of missing amounts they will investigate the situation.

SOP 21 – Room Allocation and Reservation Share Profile

Purpose: guarantee the best allocation of rooms to the arriving hotel guests.

Procedure:

1. The room allocation for higher categories

Assign higher category rooms within 3 days in advance – Superior rooms (BQN, BTN, BKN) and Superior with terrace (EQN, EKN) and suites (EXS) – Check for special requirements in these reservations.

2. Check the number of people – to assign bigger size rooms to those reservations. Requests for extra beds are assigned to larger rooms – check the list of rooms where an extra bed can fit, preferably assigned to a room where the extra bed already is and the previous guest will leave.

3. Check same names, prices, reservation and/or reservation number (can have several reservations, maybe family or friends) – assign rooms close by
4. Check the profiles, some guests might have already stayed at the hotel. If so, edit the profile and "merge" with the old profile. Try assigning the same or similar room as the last stay.
5. Check the length of stay, in long stays with more than 4 nights try to achieve all requests for room type, large room, garden, quiet, high floor, and others.
6. Booking.com reservations – be extra careful to fulfill the guest requests in Booking.com, because these guests have a big impact in their online reviews.

When there is a lack of rooms to allocate, the solution can be free upgrades. These free upgrades are preferably given to Booking.com reservations and according to the number of nights (the fewer the better) and the rate (the higher rate gets upgraded over the lower rate). Leave an alert in the reservation in order to remind the receptionist to tell the good news to the guest at check-in.

Bear in mind that all guests are different and the hotel has some better rooms than others but there are some tips to pay attention to:

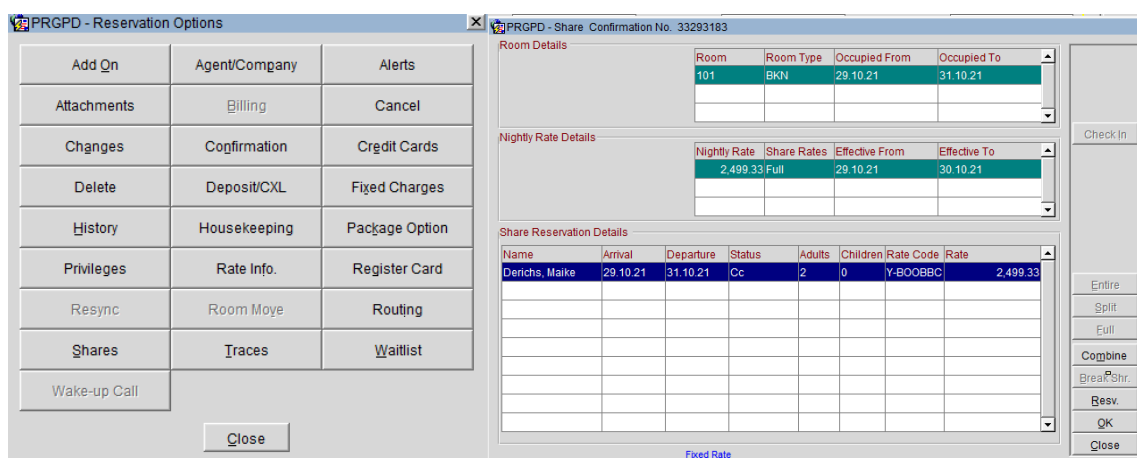
- The room 508 SQN – is not adequate, only as a last resort.
- The rooms 512, 516, 520 and 524 have terraces but the view is blocked with a wall (that the hotel can not touch, since it belongs to the historic façade of the building).
- The 513 suits businessmen better and some of the hotel regulars use this room gladly.
- The rooms 514 and 517 are considered the best of the Superior rooms with terrace category to allocate.
- The rooms 509 and 513 do not have a bathtub.
- Corporate reservations can be assigned a SKN, SQN room, with larger dimensions (quiet rooms) instead of the BQN, BKN (depending on demand).

- Do not give corporate clients rooms 101,102 or 110 – these should be assigned to travel agency reservations.
- Priority for booking.com – nicer and larger rooms, quiet rooms.
- Check each reservation and insert the specific requests in Extra 1 or Extra 3 to ensure they are kept.
- Avoid the STN rooms for reservations of one guest, check profiles, find solutions (only if requested).
- Give yourself time for the right assignment.

After allocating all the rooms to each reservation the shares must be created. The shared reservation is the creation of a new profile for the person that will be in the room with the guest that made the reservation. It is helpful for the check-in process. Each reservation says the number of adults or children that will be in the room, and according to that number the share is created.

To create the Share in Opera: (shortcut Alt+T+S+M+N)

1. Reservation – Options – Shares – Combine – Last name (the same as the main reservation) – Number of Adults and Child “0” – Reservation Type “NG” (Non-guarantee) – Payment “CA” (Cash).
2. Open the share reservation created and change the Rate Code to “Z-SHARE”
3. To finalize, put in the ETA “18:00” – Save - Close.



The screenshot shows two windows from the Opera PMS. The left window is titled 'PRGPD - Reservation Options' and contains a grid of buttons for reservation management. The right window is titled 'PRGPD - Share Confirmation No. 33293183' and displays reservation details in three tables.

Add On	Agent/Company	Alerts
Attachments	Billing	Cancel
Changes	Confirmation	Credit Cards
Delete	Deposit/CXL	Fixed Charges
History	Housekeeping	Package Option
Privileges	Rate Info.	Register Card
Resync	Room Move	Routing
Shares	Traces	Waitlist
Wake-up Call		
Close		

Room Details			
Room	Room Type	Occupied From	Occupied To
101	BKN	29.10.21	31.10.21

Nightly Rate Details			
Nightly Rate	Share Rates	Effective From	Effective To
2,499.33 Full		29.10.21	30.10.21

Share Reservation Details							
Name	Arrival	Departure	Status	Adults	Children	Rate Code	Rate
Derichs, Maik	29.10.21	31.10.21	Cc	2	0	Y-BOOBBC	2,499.33

PRGPD - Combine Share Reservations

From Profile Reservation Search Guest Profile

Name: Derichs Title: [dropdown]

First Name: 1

Adults: 0 Children: 0

Res. Type: NG Non Guaranteed

Payment: CA Cash No Post

Credit Card No. [input] Custom Ref. [input]

Exp. Date [input]

OK Close

Note. Oracle Hospitality, 2021

In order to better help the room allocation, there is available a categorized room list as shown in the next picture:

Rooms for Corporate and Booking.com guests						Ideal	OK, can be	Try to avoid			
#	RT	sqm	#	RT	sqm	#	RT	sqm	#	RT	sqm
101	BKN	40,7	212	BKN	35,3	319	SQN	19,6	426	SQN	21,8
102	BKN	37,3	214	SQN	20,3	320	BTN	27,1	428	BQN	32,4
104	STN	22,2	216	SQN	20,4	321	STN	18,9	429	BKN	23,8
106	ANC	32,6	217	SQN	18,8	322	BTN	27,7	430	SQN	20,0
107	SQN	21,5	218	SQN	20,4	323	SQN	19,0	431	BQN	23,7
108	ANC	33,5	219	SQN	19,4	324	SQN	19,9	432	SQN	22,5
109	STN	21,6	220	BTN	27,0	326	STN	20,5	433	BKN	22,6
110	BTN	30,4	221	SQN	19,5	328	BQN	31,7	434	SKN	23,5
111	SQN	19,5	222	BTN	27,7	330	SQN	19,7	435	BKN	22,6
112	ANC	33,5	223	SQN	19,2	331	STN	20,3	436	SQN	23,5
114	SQN	20,4	224	SQN	19,9	332	BQN	27,9	437	BKN	21,4
116	SQN	20,6	226	SQN	20,6	333	SQN	19,8	438	SKN	23,6
117	SQN	18,7	228	BQN	32,3	334	BTN	25,8	440	SKN	22,6
118	SQN	20,6	230	SQN	19,6	335	STN	19,7	442	STN	20,6
119	SQN	18,7	231	SKN	20,2	336	BQN	26,1	444	STN	20,9
120	SKN	27,4	232	BTN	28,1	337	STN	19,8	445	SQN	21,0
121	SQN	18,6	233	SQN	19,6	338	BTN	26,3	446	SQN	21,0
122	STN	28,1	234	BTN	25,9	339	STN	20,1	447	STN	21,0
123	SQN	18,6	235	SKN	19,9	340	BTN	26,6	448	STN	21,0
124	SQN	20,1	236	STN	26,2	342	STN	21,4	449	SQN	21,0
126	SQN	20,9	237	SQN	19,7	344	STN	23,4	450	SQN	21,0
128	BQN	33,1	238	BTN	26,1	345	SQN	21,0	451	STN	21,0
130	STN	23,8	239	STN	19,8	346	SQN	21,0	452	STN	21,0
131	STN	19,8	240	BTN	26,5	347	SKN	21,0	453	SQN	20,9

Note. Front Office Archive, 2021

SOP 22 – Rooms ANC - Emergency Chain

Purpose: ensure the correct handling of an emergency request

Procedure:

The accessible rooms (106, 108 and 112) have a chain installed (as shown in the picture). The chain is used by the guest at a moment of distress or emergency.



By pulling the chain a direct call from the number (777 365 203) will be made to the reception emergency phone. In this situation the receptionist must:

Note. Front Office Archive, 2021

1. Answer the emergency phone and listen from which room the call is made
2. Call to the room and check if the guest needs assistance or not
3. If the call is not answered, the receptionist has to go to the room to assist

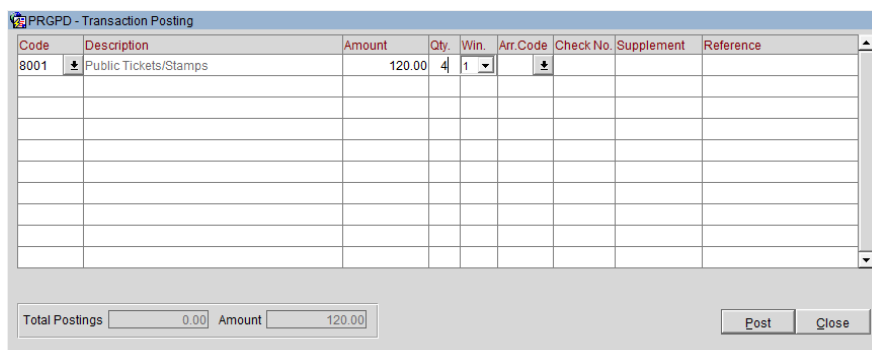
SOP 23 - Paid Outs

Purpose: ensure the correct handling of the cash paid outs

Procedure:

Paid outs are made as a receipt for cash that was taken from the cashier, for reasons such as taxi, public transportation tickets, flowers, tour tickets, and others. Only made for checked in guests with a guarantee of payment methods such as credit card and direct bill. In Opera:

1. Billing - Guest Room - Post (use the right code and the correct amount) - Yes print the receipt - Copies: 1 - Ok.



Note. Oracle Hospitality, 2021



HERMITAGE

H O T E L P R A G U E

2. The printed Paid out should be signed by the guest and by the receptionist.
3. Store the printed Paid Out in the cashier drawer at the front desk.

Beate Schneider
 Gottfried-Kelle-Strasse
 Chemnitz
 Germany

Date 16.11.21
Time 12:10
Room 522
Conf No. 33295650
Recpt No. 36818

PAID OUT RECEIPT		
Date	Description	Amount
16.11.21	Public Tickets/Stamps	480.00

 Guest Signature

 Cashier 240

 Supervisor

Note. Oracle Hospitality, 2021

Once a week the Financial Controller will take back all the Paid Outs made and cash back the total amount of those paid outs. (Each cash drawer must contain a total of CZK 41 000 - total in cash or in cash plus paid out receipts). The Financial Controller is also responsible for checking the paid outs and confirm that all is correct.

SOP 24 – Corrections

Purpose: to help the receptionist when a correction on the billing is required.

Procedure:

Corrections are needed when the method of payment is posted wrong and/or any other post in the billing of the guest.

The night auditor is responsible for printing and checking the corrections done during the day and correct them if needed. Afterwards, the Front Office Manager or Supervisor will also check them and sign.

All corrections made must be printed, filled and signed by the receptionist who did them.

When the payment method does not match the receipt printed by the payment terminal: First, the mistake must be repeated, which means all must be posted with a minus sign, and it must settle the bill as done in the wrong way (when posting put in the Reference “Correction”). Then post all the billing and make the settlement with the correct payment method. Then the Opera will print all the invoices created, which will be filled as follows: one copy of the wrong one, one copy of the correction and one copy of the correct one – filed in the correct payment method; one copy of the wrong one and one copy of the correction – filed in corrections.

However, when the only correction is regarding a post (guest not checked out yet) you can just post the same with the minus sign and print it to the corrections file (remember to write “Correction” on the Supplement).

SOP 25 – Packages and Mail

Purpose: inform the conditions of receiving and sending mail.

Procedure:

The hotel will receive all incoming mail (envelopes, packages and other) for the hotel staff and hotel guests (in house and/or with future reservations). For outside people the hotel does not accept the mail.

When the mail arrives, the receptionist must confirm the names and address written in each mail thus ensuring that everything is in the right place and the person (staff or guest) is recognized.

Mail for guests:

- Guests in house: as soon as possible contact the guest and inform them of mail at the reception.
- Guests with future reservations: leave trace and an alert on the day of arrival informing the location of the mail at the front desk or luggage room.

Mail for staff: contact the person whose name the package is addressed to or deliver to them personally.

The hotel can also send mail from staff and from the guests, free of charge if the mail is a postcard or letter (the reception sells stamps if required). In case of packages the guest will have to pay the fee according to the size and weight.

SOP 26 – Hotel Keys

Purpose: to remind of the responsibility when handling the keys provided

Procedure:

- Smart Keys:

A master key is a smart plastic card programmed only by an authorized person (FOM), which opens all the doors of the hotel. Only the MOD can use the master key, he is responsible for keeping it safe and for its misuse. Other smart keys can be made according with the employees needs for work. If an employee loses the key, the head of department must be informed in order to cancel the lost key. A list of keys and the respective person using it is kept in the back office. Employees have their one key and are not allowed to lend the keys to others outside of the hotel.



Note. Front Office Archive, 2021

- Metal Master Key:

There is a metal master key, for emergency situations such as an electrical shortage in which the smart card won't work. This master key is kept stored in a sealed

envelope in the number 2 safe in the reception and the MOD is the only one who can request this key. However, in a dangerous or in a crisis situation, it can also be used by the night auditor with the MOD authorization.

- Master Room's Safe Key:

Metal key that opens all the safes in each guest's room. This key is secured in a sealed envelope in the safe 2 at the reception. This key can only be requested by the head of departments. If so, a form is filled that tracks all the people who used the key. When going to open a guest safe, the guest must always accompany the person with the master key. On the return of the key, it is sealed again and returned to safe number 2 behind the reception in the presence of a witness.

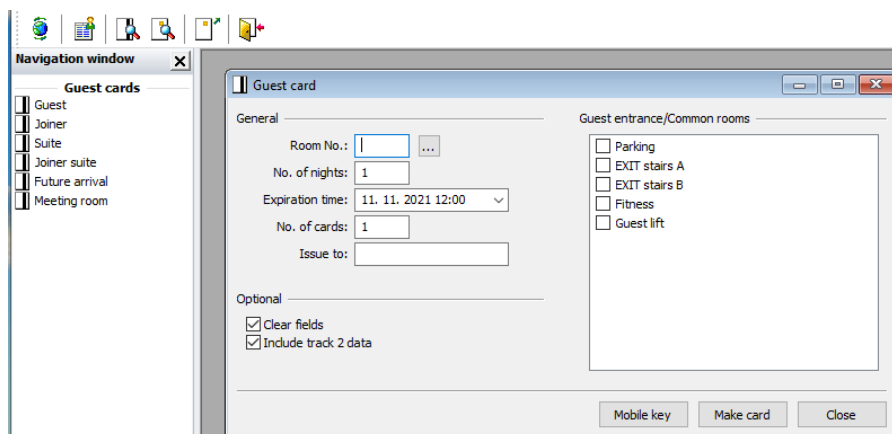
- Room keys:

The receptionist can program smart keys for the guests. Upon check-in the receptionist creates a key for the guest, with the correct room number and exact length of stay (number of nights).

In some cases, the guest can request a second room key. If it is requested at check-in the receptionist can provide the second key. However, when it is not at check-in the procedure is as follows:

1. Ask for confirmation of identity (ask for last name, birthday, address and/or phone number and see if it matches the profile saved in Opera).
2. Upon confirmation, provide the key.

In case the guest informs that the other key is lost, when programming the new room key the previous one must be overwritten (possible in the Vision program)



Note. Oracle Hospitality, 2021

Housekeeping employees are not allowed to open room doors for the guests with their keys.

- Conference rooms keys:

F&B Manager and/or F&B supervisor are responsible for the conference rooms' keys. When there are events, they will be responsible for opening the doors and closing. Do not give conference room keys to the participants of the event.

SOP 27 – Luggage Room

Purpose: ensure the security of the guests' luggage.

Procedure:

At the reception, on the right side there is a luggage room only open with the receptionist's smart key. The hotel offers the storage of guests' luggage for free, upon his arrival or his departure for as long as the guest requires.

Upon receiving the luggage, a registration label must be put in each luggage piece. These registration labels have a specific number and a part that can be torn off. The small tear off part of the label is given to the guest. This way it is easier to track the luggage of the guest and ensure that no luggage is given to the wrong person.

Attention when returning the luggage, the guest must present the registration number given and the receptionist must confirm that the numbers correspond.



Note. Front Office Archive, 2021

The luggage room must be kept organized and always locked.

SOP 28 - Safe Deposit

Purpose: provide a safe and secure option to guests that want to keep their important belongings in the reception of the hotel.

Procedure: The safes available for guests' belongings are the numbers: 9, 11, 13, 15, 16 (depending on availability there can be other empty safes). Each has a respective key, with a number tag.

To open any safe of the reception use the master key of the safes first, and then insert the respective key to open the respective number safe.

Attention. All reception safes must be closed if there is anything inside. Empty safes can stay open.

The guest will bring the belongings to the reception inside an envelope or bag (if not, provide one to the guest). The belongings are stored in a free safe and the safe is locked. Then the receptionist stores the key in the blue sealing bag and puts it in the number 2 safe.

1. The guest must read and sign the Form A (presented below), agree with the conditions of the reception safe deposit. This form, after filling in, is kept in the cashier drawer. The form A has a button that should be filled by the receptionist and given to the guest.

2. The button part of Form B (see below) presents the safe number and the seal number (the number of the blue bag where the key of the safe is put on), and the receptionist initials.
3. Explain the guest how to pick up the belongings.
4. To pick up the belongings the guest must present the form B. Request the guest identity (ID or passport) and to describe their belongings (in case of losing the form B).
5. Upon giving the belongings to the guest the form C (see below) must be filled in. – this guarantees that the guest received his belongings and the hotel is no longer responsible for them.

The guest does not have access to the safe or to the safe key. The hotel does not accept the storage of belongings with a value superior to CZK 48 000.

All the following forms required are kept in the front desk.

- FORM A:

Deposit record form:

I hereby agree that;

1. **Items are placed in this safety deposit box on the condition that access to it is allowed only upon presentation by me in person of the above mentioned deposit record form for which I have signed.**
2. **The Hotel shall not be liable for any losses that may occur if the above conditions are not fulfilled.**
3. **The Hotel is authorized to force entrance to the above deposit box number and remove all items from it if I have not picked up my belongings within 10 (ten) days from my departure from the Hotel.**
4. **In case the conditions of clause 3 enter into force, the Hotel shall not be liable for any losses that may occur as a consequence hereof, nor while the items removed from the safe are in the Hotel's custody.**
5. **If the key to the safe is lost while in my custody, I shall pay the Hotel the amount of 200 EUR to cover the costs for opening the safety deposit box and replacing the key.**
6. **The Hotel is responsible for the security of the safe and access to it, as adequate considering its location, and the Hotel assumes responsibility for losses due to fault or negligence of the Hotel only up to a maximum amount equivalent to the lesser of (i) _____ CZK 48 000 _____ and (ii) legal responsibility under local law, for the contents of each individual deposit box.**
6. **I agree to report to the Hotel any claim I may have before my departure from the Hotel and acknowledge that I shall have to prove the value of any missing contents and to document that I have made a claim also under any travel insurance I may have which may cover such loss.**

Mr. Mrs. staying in room

Signature

Date

Front desk clerk

Note. Front Office Archive, 2021

- FORM B:

Deposit record form: (guest copy)

This to confirm Mr.Mrs., staying in room

Has left his/her belongings in a safe number

Safe key was placed in a sealed bag number

FO clerk:

Date: Stamp :

Note. Front Office Archive, 2021

FORM C:

Return form :

I hereby acknowledge that all property stored in this safe deposit box has been withdrawn from there and found to be in order.

Mr. Mrs.

Guest signature Date:

Note. Front Office Archive, 2021

SOP 29 – COVID-19

Purpose: protect the guests and the staff and to prevent the spreading of the covid-19 virus.

Procedure:

For the reception staff: the employee is obligated to disinfect the hands and to use a FFP2 mask. Inside the hotel it is required to always keep the mask, except when having meals, drinking or outside the hotel premises (in the street).

If an employee has any symptoms (such as cough, fever or other covid-19 symptoms) they must inform their supervisor or MOD before coming to the workplace.

During the working hours the employee must frequently sanitize their hands and the workplace (computer, desk, pens, keyboard, front desk, and others that the employee may touch). At least every 60 minutes (or when handling risky objects of transmission, such as guest belongings) the procedure of washing the hands must be done.

All employees are trained to comply with the preventive measures of the covid-19 and kept updated with the new restrictions being applied by the government.

For the guests:

Inside the hotel premises the guest is obligated to use a FFP2 mask. In case the guest does not have one, the receptionist must inform them that the mask can be bought at the reception (cost of CZK 20 each). To provide accommodation, the guest must present a proof of vaccination and/or a negative covid-19 test (with less than 24 hours for antigen test and less than 72 hours for PCR test) to the receptionist.

In all hotel public areas, the minimum distance between staff and guest must be 2 meters. The receptionist must actively prevent the gathering of guests unless for a common group of guests. In the lobby area there are designated stickers (sticked on the ground) to mark the correct distance. In case these spacings are ignored the receptionist must remind the guest to move further back.

There are also dispersed in public areas of the hotel several disinfectant dispensers and gloves for the guests to use.

- Reception:

The reception must be sanitized frequently during the day. Frequent disinfection of all the belongings of the front desk, such as computers, keyboards, pens, room keys,

chairs, desks and other materials and instruments. Each front desk has a protective barrier made of acrylic that must be sanitized frequently.

The payments by contactless card are preferred to cash payments.

- Hotel Rooms:

The housekeeping staff are prepared to apply the correct standards of hygiene and cleaning to prevent the spread of the covid-19 when cleaning the hotel rooms.

In addition to regular cleaning and changing of laundry in the rooms, the staff is trained to disinfect all contact areas (switches, handles, handrails, air conditioning control, telephones, remote control), bathrooms and toilets.

- Room Service:

Currently the room service is not available to ensure the minimal spreading of the virus and a protection measure to guests and staff members.

- Laundry:

The laundry is accepted in a plastic bag located in the wardrobe of each room together with laundry sheets. When receiving the laundry, the bag should be closed. Only open the bag if necessary and with the use of mask and gloves.

- Computers and printers:

The computers and the printers available next to the reception are frequently disinfected by housekeeping staff.

- Protective equipment:

Receptionists are equipped with disposable masks and gloves. After throwing this equipment in the trash, the staff member must be careful when disposing of this trash. Equipped with gloves and mask, the basket with the trash is taken to a marked bin located in the garbage section. Then the used mask and gloves are thrown to that same trash. A new bag is put on the basket, which is then returned to the reception.

SOP 30 – Upselling

Purpose: to motivate the staff members in improving the hotel revenue.

Procedure:

The upselling can be the upgrade of a guest's room or the selling of a breakfast package to the guest.

At check-in a guest might not have included in the room rate the breakfast package. The receptionist can offer the breakfast for the price of 10 euros to 15 euros (CZK 260 to CZK 360). The receptionist must explain the benefits that the price of the breakfast gives, which is a full breakfast buffet with many options. In Opera, in the guest reservation – Packages – New – code BKF2, this way the F&B department can verify if the guest has breakfast. Then in the Billing, Post under the code Breakfast supplement, the amount is confirmed with the guest.

There is also the option of room upgrade, it can either be at check-in or during the guest stay. Better benefits are in offering the room category upgrade to the guest in the check-in moment. The receptionist must make sure that there is availability for such, do not prejudice other guest's rooms for an upselling, especially in situations of many guests in-house. The receptionist must explain the benefits that includes the upgrade on the room category as follows (depending on the upgrade):

- From standard room to superior room – the guest gets a bigger room, with bathtub, better view, welcome drink, flippers and a robe.
- From superior room to superior room with terrace – the guest gets a bigger room, with bathtub, better view, welcome drink, flippers and robe, and an espresso machine.
- From superior room to suite – the guest gets a bigger room, with bathtub, better view, welcome drink, flippers and robe, an espresso machine and free parking.

Furthermore, the receptionist should take the guest to see the room. The cost of the upgrade according with the main reservation category room is as follows:

Superior room: from Standard room: CZK 260 or EUR 10

Superior room - terrace: from Standard room: CZK 650 or EUR 25

from Superior room: CZK 390 or EUR 15

Suite: from Standard room: CZK 1820 or EUR 70

from Superior room: CZK 1560 or EUR 60

from Superior room with Terrace: CZK 910 or EUR 35

However, it only references supplements, the receptionist can increase or decrease the value. The receptionist must take in account the rate of the reservation and the rate difference of the arrival date. In Opera, pressing F5 presents the Rate Query of the different room categories, by those amounts the receptionist can make the decision seen most appropriate.

The hotel provides a monthly incentive of 10% of the revenue incremental created from breakfast and room upgrade upselling of the receptionist. The Front Office Supervisor is responsible to monitor each receptionist upsell. However, for a walk-in guest upsell (selling a superior, superior with terrace or suite) the receptionist must save the folio with the charge or take a print screen with the higher category room rate and print it. Then a print screen of the room rates for that day (shortcut in Opera - F5) is put together with the previous proof of reservation and it is saved as proof of the difference that the receptionist will receive from the incentive upsell.

The hotel reserves the right to not pay the incentives without prior notice, in cases such as disciplinary actions towards to the employee or if there are discrepancies with financial forecasts or budgets. The upsell records with personal data are destroyed after 6 months.

SOP 31 – Registration Cards and Guest Files

Purpose: to ensure the correct registration of the guest information

Procedure:

The registration card must be filled in with the guest's first and last name, nationality, Identification Card or Valid Travel Document, date of birth and address of permanent

residence. This information is collected and must be provided to the local foreign police department as by law 326/1999 valid since 18.12.2015.

When filling in, the guest can provide other information such as plate number (if the parking is used), contact phone and email. At the end of the registration card, the guest must leave his signature as a confirmation of all previous information. The registration card does not include reservation details, such as rate price, packages included and credit or debit card number.

Guest file: it is in the archive situated at the reception. Each archive is ordered by room number. When a new guest arrives the registration card, the pre-authorization and the order/confirmation of the reservation by the travel agency are all put together in the respective room number that the guest will stay in. Furthermore, extra expenses like laundry services are filed there as well. At the end of the guest's stay, these files are emptied and stored in a box located in the closet behind the reception.

Each day the departed guest's files follows the previous procedure to the closet. Then the FO manager or FO supervisor, put the whole month registration cards into a box. The box is sealed with a sticker, which contains the date, and the signature of the responsible. The box is then stored in the hotel main archive for at least 6 years. A record is kept with all the stored boxes in the hotel archive.

SOP 32 – Specific Guest's Needs

Purpose: ensure that safe and effective means of attention are given to special guest's needs and to VIP persons on arrival.

Procedure:

For a VIP person on arrival (public entities such as the owner, presidents or prime ministers of the various countries, famous singers, actors, or others).

The VIP must be received and treated as royalties; all employees must make the guest feel safe, heard, and welcome at the hotel.

Prohibition to all employees of informing press or TV about the VIP. – if so, the person will be punished and can lose their job.

1. DO:

- Make sure all requested amenities are in the room before arrival.
- Make sure the accommodation is fully ready for the VIP arrival time.
- Make sure the security measures requested are kept and prepared.
- All departments are brief about the VIP and warned when the moment the guest is in house
- When the VIP arrives, call the Front Office Manager or the MOD to meet and greet the VIP. (Do it discreetly)

2. DO NOT:

- Gossip about the guest with others from inside or outside the hotel
- Request interview, photo, or autographs to the VIP guest
- Talk about the guest's actions before, during and after their stay.

For a Handicap person arrival:

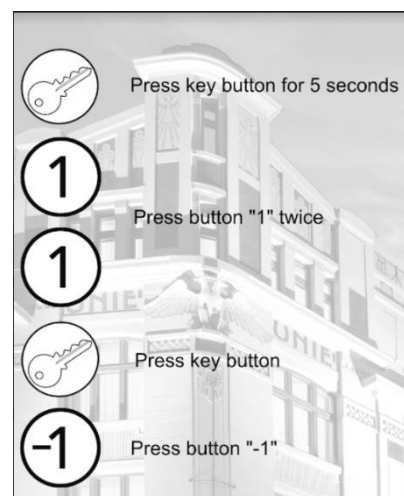
The hotel is prepared with 3 accessible rooms (106,108 and 112). When allocating these rooms, the receptionist must leave a trace saying the specific guest's disability, if known (it's the guest's responsibility to inform the hotel about their disabilities).

3. DO:

- Make the guest feel welcome and safe
- Be prepared to provide with any help if required
- Explain the lift instructions to reach the restaurant level
- Explain there is an emergency chain in the room, that will reach the reception

4. DO NOT:

- Discriminate or make the guest feel discriminate



Note. Front Office Archive, 2021

- Ignore the guest needs or requests
- Think they are less human than you

Contact FOM, MOD or FO supervisor if the guest would like help to his room; to explain the evacuation and the emergency exits the guest could use.

In a fire alarm, which requires an evacuation of the hotel, the MOD is responsible to go to the guest room and help evacuate them to the meeting point (in the front entrance of the hotel).

SOP 33 – Guest Birthday and VIP treatment

Purpose: to make the guest feel special on their special day and ensure the correct assignment of VIP package treatments

Procedure:

Guest Birthday - In Opera: Miscellaneous - Reports - write “Guest Birthday “- select the actual date and print the report. This task is usually done by the night auditor and delivered to the F&B department. However, it might occur that the report is not printed or given to the F&B staff, and it must be done during the day.

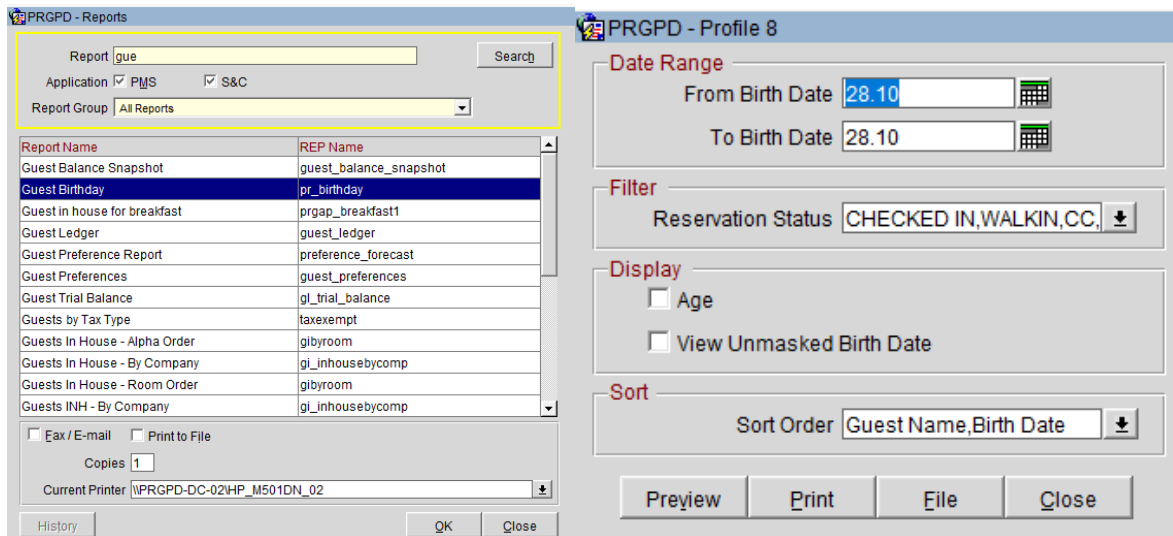
The report shows the guest’s name, room number, and length of stay, (only if the guest profile is correctly inserted in Opera).

- If guest in arrival - allocate a nice room or give free upgrade (be aware of availability)
- The kitchen will prepare the birthday treatment, which includes a small chocolate cake.

The restaurant staff is responsible for delivering the cake to the guest room, with the plates and cutlery (according to the number of people in the room), plus a Happy Birthday Card. There is the option of adding sparkling wine and glasses (depending on the guest room category).

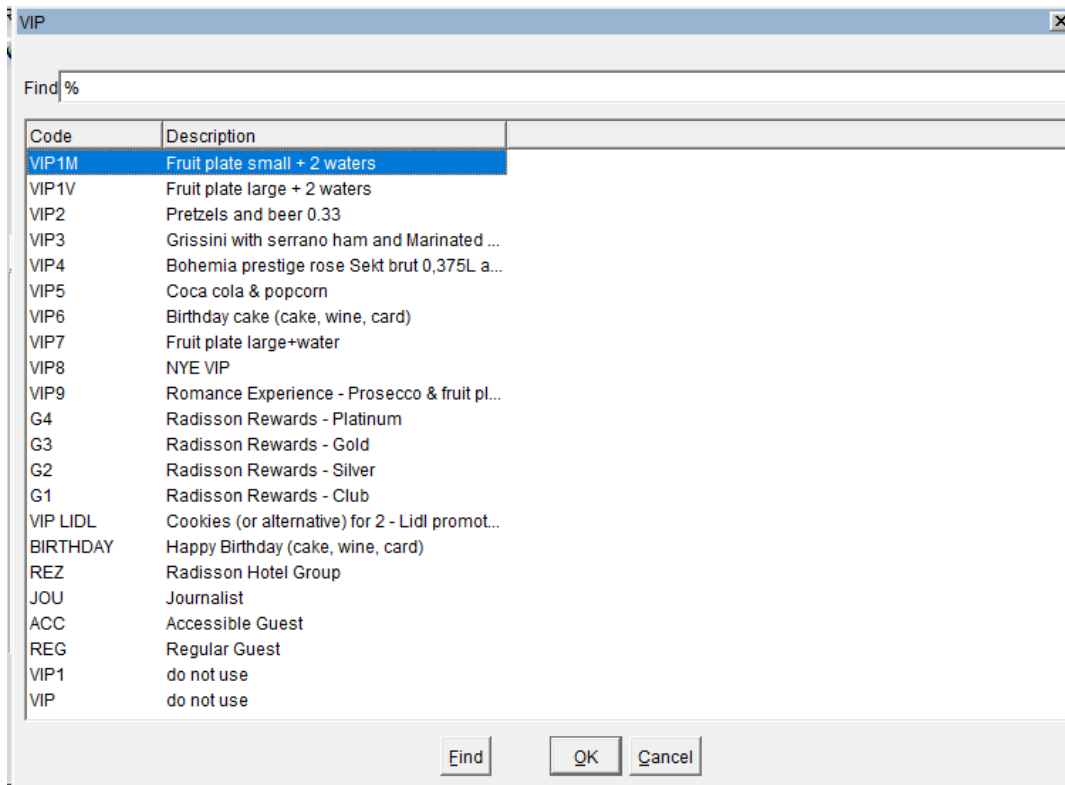
VIP treatment - In Opera: Miscellaneous - Reports - write “Guest Birthday “- select the actual date and print the report. This task is usually done by the night auditor and

delivered to the F&B department. However, it might occur that the report is not printed or given to the F&B staff, and it must be done during the day.



Note. Oracle Hospitality, 2021

There are several types of VIP treatments that can be added to the guest room (these only assigned by the reservation and/or sales department).



Note. Oracle Hospitality, 2021

SOP 34 – Communication between Reception and HSK

Purpose: ensure the frequent communication between housekeeping and front desk departments.

Procedure:

The receptionist must inform the housekeeping every time there is:

- A late check-out and which time
- Early departures
- Extended stay
- Extra bed and/or baby crib request
- Extra linen, amenities and/or iron and iron table requests
- Room moves

- When looking for Due out guests (if it is after 12 p.m. the guest has not come to check out, and is not responding to the room call, the HSK can go check the room)

The Housekeeping is responsible to report the Do not Disturb (DND) rooms, the minibar list of each room and any other discrepancies (such as guest smoking in room, occupied rooms that are vacant in opera, and/or not occupied rooms that are occupied in opera).

SOP 35 – Safety and Security

Purpose: ensure the safety of the hotel guests and that the security measures are used properly for emergency situations.

Procedure:

When the fire alarm starts, the alarm at the reception will make a small warning sound. The receptionist must go to the alarm at reception, identify the location shown in the alarm and postpone by pressing 1. Then there are 5 minutes to go to the location, verify the emergency, and either call for hotel evacuation or not.



Note. Front Office Archive, 2021

First the security calls the reception informing of the location of the starting of the alarm. If there is no security the alarm in the back of the reception will identify the location. The receptionist must postpone the alarm for 5 minutes in the reception alarm (the instructions are at the alarm) then they must go to the location of the alarm activation. If the situation is resolved the receptionist will solve the alarm activation in the reception alarm. If the situation is not resolved the emergency is activated and the fire department must be called. Receptionist must take:

- Flashlight
- Phone
- Master keys (digital and metal keys for all rooms and other common doors)

When at the place, if there is nothing, call the reception to deactivate the alarm. Otherwise, if there is a fire the receptionist tries to resolve it with a fire extinguisher or other things. Anyhow, when there is a fire that is not possible to control the emergency button should be pressed immediately and the fire department must be called.

With the security present in the hotel. The receptionist will get their call for instructions on the location of the alarm signal. Then the receptionist goes to the location and informs the security if all is good or not. The security person is the one handling the instructions to be followed on the alarm system.

The emergency numbers are:

- 150 - fire department
- 155 - ambulance
- 158 - police
- 156 - city police
- 112 - emergency line

SOP 36 - Data protection

Purpose: ensure the guest's information is protected and not revealed to a third-party person.

Procedure:

All hotel staff members do not have authorization and are aware that no guest information can be revealed (such as names, room number, credit card numbers and other information).

Any duplication of room keys must (follow the instructions in SOP 26 - Hotel Keys) require a clear confirmation of the guest identity (request for ID or ask for name, date of birth or other details in the guest profile in opera). In case the guest lost one of the room keys, the old key can and must be deactivated in the Vision online program.

The Housekeeping members are informed that no room can be open for the guest claiming to be their room. Therefore, the guest is instructed to go to the reception. Also, the rooming list carried in the housekeeping trolley is kept hidden as well as their master key.

The FB manager, the FB supervisor and the banqueting coordinator are responsible for the conference rooms key. This key cannot be provided to any conference participant without specific authorization by the previous mentioned.

SOP 37 – Lost and Found

Purpose: ensure the registration and organization of guests' belongings lost and found in the hotel premises.

Procedure:

The items found in the hotel premises must be delivered to the housekeeping department, where the items are stored and organized in a locked area. (The key to this area is kept safe by the Housekeeping Manager or designated person.)

The item's description, time, place (room number or hotel area) and person who found it are put in a designated logbook by the housekeeping supervisor or the housekeeping manager.

When the guest informs about the lost item, the HSK is called immediately. If the HSK is not present, inform the guest that the situation will be followed and on the next day they will get a call from the hotel about their items. The Front Office Manager and the HSK supervisor must receive the information about the guest's lost item, even if the item is not found.

The items are stored for 3 months (valuables for 6 months). If after that period no one claims the item/valuable the hotel can return the items to the finder.

However, when a guest claims the items, they must give a description of the item (color, shape, size, where was lost, brand and any other details) before its return.

The guest claim for lost items must be recorded as much information as possible, such as:

- date of call,
- date of loss,
- name of the guest,
- description of the item,
- place, date and time of the lost recognition
- guest address and phone number

If we can not locate the item, the previous information should still be kept, in case the item is found later.

When the item is found, there must be extra attention to its whereabouts. If it is lost again the hotel will be taken as responsible for its loss.

SOP 38 – Late Charges

Purpose: ensure the correct charge of extra expenses after the guest's departure.

Procedure:

Late charge happens when a guest leaves some amount to be paid to the hotel. The unpaid amount can be minibar, phone calls, bar and/or restaurant food, or others.

Therefore, the amount must be settled by using the provided debit or credit card at check-in. It is known as late charge because it is made without the guest presence. Furthermore, it is stated in the registration card that: "I agree that I am fully responsible for all services charged to my account during my stay at this hotel."

1. Minibar late charges

The housekeeping is responsible for checking all the minibar items. At around 16 p.m. the list with all items and respective room numbers is sent to the reception. The reception must confirm all items are correctly charged to the right room. Therefore, in Opera, Cashiering, Billing, Due Out, Stay Over and Checked Out, the receptionist will check items by items, room by room. If a guest is in checked out status, there is a possibility to reinstate the guest, post the items to be paid and make the payment to the card provided for guarantee at check-in.

After the payment is authorized:

- One of the payment terminal receipts must be written "Late Charge" and together with the invoice - put it in the reception file.
- The other receipt put together with the invoice - put in the back-office file "Late Charges".

If the guest leaves without paying the entire bill, then the full amount is paid from the authorization that was created on arrival, they proceed in the same way as in the case above. The account is then sent to the guest's e-mail (if provided).

SOP 39 – Down Time Report

Purpose: ensure beforehand preparation for emergency situations.

Procedure:

At every 3 hours it is printed the down time report, and it is kept in the back office. The report is accessed in Opera - Miscellaneous - ReportGroup: Shift reports - Report: Downtime Report

It contains all the main information important for situations like evacuation or electric shortage. The information present in the report is as it follows:

- Room plan
- Vacant rooms
- Guest in the house – by cash payment method, by room, and by alphabetical order
- Guest ledger
- Arrivals (detailed)
- Departures (all)
- Credit limits

The printing is done automatically by the Opera system settings.

SOP 40 - Systems Failure

Purpose: ensure the reception function and operations without systems such as opera, payment terminal and vision online.

Procedure:

The main procedures in the reception require the full function of all the equipment, therefore the receptionist must be prepared to work when some or all are not functioning for any reason.

When any problem occurs with the reception systems the IT department must be notified immediately about the problem.

- Key Card Program outage – Vision Online

When the cards to the guest rooms cannot be programmed in the system vision online and the guest at check-in cannot have access to their room. In the Maintenance department a key card for each of the 210 rooms is kept programmed and ready to use in a program failure situation. Every year the cards kept at the maintenance are demagnetized and new ones are programmed. The old ones are put to normal reception use. However, the MOD, FOM or the FO Supervisor can be contacted to take the guest to their room, by using the master key.


- Payment Terminals outage

While the terminals are offline, the pre-authorization and payments cannot be done. Therefore, all payments to be done by card are inserted in a form, with the guest card number and expiration date, and the guest signature as a prove of the cardholder knowledge of the amount that will later be charged on the card. The previous forms are saved in a back-office file. After signed, one copy of the form is given to the guest and the other is kept at the reception for later charging of the amount.

- Opera outage

The program Opera PMS is responsible for most of the reception tasks. Opera contains the information of the rooms available, the rooms reserved, the guest in arrival, and due out status and many other important information. Therefore, it is crucial its well function on a daily basis. However, it may occur a malfunction of the system which will require the receptionist to resort to the paper method.

The paper method is based on the use of the latest downtime report that is printed every 3 hours, with updated information from opera reports. For the payments, the following form will be filled in.

Manual check out log		Date: _____;		 HERMITAGE						
Room number	Guest name	Account balance	Breakfast charges	Telephone charges	Pay Tv charges	Minibar charges	Final balance	Method of payment	Checked out by	Updated in Opera by

Note. Front Office Archive, 2021

The invoice will later be sent via email to each guest.

The check-in is done by filling in the next form.



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE

Manual check in log		Date: _____;					
<i>Room number</i>	<i>Guest name</i>	<i>HK informed by</i>	<i>FNB outlets informed by</i>	<i>Checked in by</i>	<i>Authorised amount</i>	<i>Method of payment</i>	<i>Updated in Opera by</i>

Note. Front Office Archive, 2021

Also, it is shortly explained to the guest the current system problem and a pre-authorization is made. To ensure the right management of the rooms, the housekeeping will verbally confirm each room cleaning status to the reception. Furthermore, the reservation department will update the rooms that are available for room moves and/or walk in guests. Moreover, without Opera the expenses at the bar and restaurant cannot be charged to the room bill. This means that the F&B staff is responsible to take the guests accounts to the reception, to be charged in each room at departure.

The changes that might occur, such as changes in arrivals, departures, stay overs are kept updated in the file and available for the reception staff.

SOP 41 - Taxi order


Purpose: ensure the guest taxi needs are fulfilled

Procedure:

When a guest requests a taxi, the receptionist must pay attention to which location the guest wants to go, if they will require it later or at the moment of request. Therefore, there are several options the receptionist can choose.

1. For airport taxis, the hotel has an agreement with a taxi company. This agreement allows the taxi to have a fixed rate:
 - One taxi transfer from hotel to airport - CZK 700
 - Two taxi transfer from hotel to airport - CZK 1300
 - One taxi transfer from airport to hotel - CZK 750
 - Two taxi transfer from airport to hotel - CZK 1350

In this case the reception must inform the guest of the fixed rate, the average time the taxi takes to the airport (around 30 minutes) and that the payment is done at the reception. If the guest agrees, the receptionist must pay attention to the time the guest would like to have the taxi, the date and the room number (confirm in Opera the guest's name).

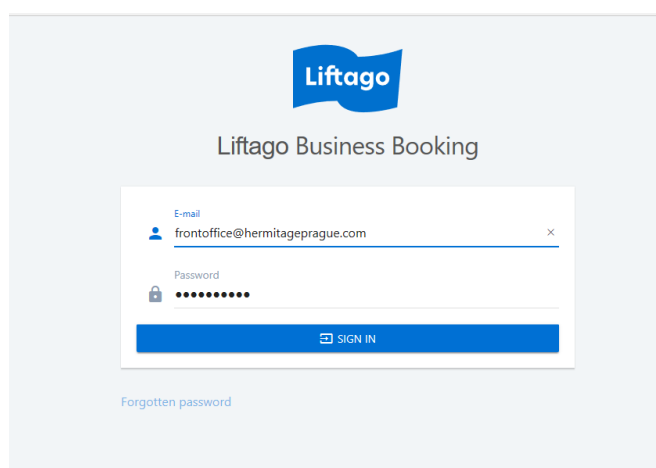
Transport Voucher		 HERMITAGE
Client's name:	Date:	
Room number:	Amount:	
Details / destination:		
Holder of this voucher is entitled to the described hotel transport		

Note. Front Office Archive, 2021

The reception phone as the phone number in the contact list as Taxi Bart.

2. For taxi to any other location around the city:

For the moment of guest request - The receptionist can order a liftago (online application) or a AAA taxi



Note. Liftago, 2021

For a later moment - The receptionist can order a AAA taxi (in the phone contact list).

In case of no other option available for a taxi, by dialing the number 0800101800, a taxi will automatically be ordered to the hotel.

SOP 42 - Guest misbehavior

Purpose: ensure the polite way of performing for a guest break of hotel rules.

Procedure:

The whole hotel and the hotel rooms are non-smoking therefore if a guest smokes in the room a warning will be given.



Important notice

Dear Guest,

We would like to bring to your attention the fact that our hotel is fully non-smoking. In case of non-compliance to this rule, we are forced to charge you cleaning fee of 2500 czk to your room bill.

Thank you for your kind understanding.

With regards,
Hermitage Hotel Prague Team



Note. Front Office Archive, 2021

If the guest ignores the warning the fee will be charged to the room. However, in the worst cases, when the guest's misbehavior turns into hotel damages, such as the breaking of furniture, continuing smoking in the room, or other, the guest will be charged at least EUR 100/CZK 2500 for hotel damages. In extreme situations, the hotel has the right to deny the continuation of the guest accommodation.

Another situation that might occur is the incorrect parking on the hotel, in which case the following notice is put in the car.



HERMITAGE

H O T E L P R A G U E

Important notice

Hello,

We would like to inform you that you are not using a valid hotel parking card, as such, you are not permitted to use hotel parking. The price of parking is 375 CZK per 24 hours and is allowed only for hotel guests and Type restaurant & bar visitors (hotel is owner of the street and parking slots in Na Dekance street).

We kindly ask you pay the corresponding parking fee, otherwise your car will be towed away.

Step by at the hotel reception for more information.

Hermitage Hotel Prague Team

Note. Front Office Archive, 2021



HERMITAGE

HOTEL PRAGUE



NOW,

BE THE BEST AND KEEP MOVING FORWARD

★★★ Thank You! ★★★