

Manual de Room Service

Marco Paulo Borges Gonçalves

Peniche, março de
2023

Manual de Room Service

Marco Paulo Borges Gonçalves

Projeto apresentado à Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Politécnico de Leiria para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Direção Hoteleira, realizada sob a orientação científica do professor Doutor João Paulo Jorge e co-orientação da Doutora Ana Elisa Sousa

Peniche, março de 2023

À Minha Família

Dedico este trabalho à minha esposa e à minha filha que foram as pessoas mais críticas deste trabalho.

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Agradecimentos

Agradeço ao orientador professor doutor João Paulo Jorge, que me despertou o interesse do tema *Room Service* incentivando-me a demonstrar, neste projeto, vários dos meus conhecimentos. Agradeço também à professora doutora Ana Elisa Sousa que reviu todo o trabalho.

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Resumo

O presente projeto visa a obtenção do Grau de Mestre Gestão e Direção Hoteleira.

O objetivo deste manual, é apresentar um trabalho na área de Hotelaria e Restauração, com o tema “Manual de *Room Service*”.

Este trabalho revê-se na experiência e conhecimentos adquiridos ao longo do meu percurso profissional, como *Maître d’Hotel*, Diretor de *F&B*, Assistente de Diretor de Hotel e atualmente como professor na área da Hotelaria e Turismo.

Foi criado em março de 2023, com o principal intuito de preparar tecnicamente e operacionalmente os colaboradores da indústria Hoteleira que pretendem trabalhar no departamento de Comidas e Bebidas - secção *Room Service*.

Recentemente, vivemos uma situação pandémica e inesperada em que a função, de qualquer unidade Hoteleira, é adaptar-se a esta situação e fazer face às exigências que o momento exige e também às necessidades e expetativas dos clientes. Várias empresas recorrem à utilização de ferramentas na ajuda de se posicionarem no mercado, no sentido de manter os atuais clientes e conquistar novos. Um dos fatores diferenciadores nas unidades Hoteleiras é a prestação de *Room Service* com qualidade, sendo este manual essencial e pertinente à realidade hoteleira que atravessamos. Nos últimos meses o *Room Service*, foi um aliado fulcral para que os hotéis continuassem a servir os seus hóspedes de forma que se sentissem seguros e continuassem satisfeitos com os serviços prestados. A tendência da utilização tem sido, cada vez mais crescente e espera-se que seja uma tendência para manter.

Assim sendo, torna-se essencial elevar o serviço de excelência no atendimento, evoluir tecnicamente os colaboradores ao nível da sua organização e controlo nas diversas secções e subsecções que integram a secção do *Room Service*. Os colaboradores deverão manter-se preparados para a execução profissional de um conjunto de tarefas relacionadas com a planificação, orientação e gestão da secção de *Room Service*.

Podemos afirmar que este trabalho tem como objetivos específicos reconhecer a importância do *Room Service* na indústria Hoteleira, nomeadamente na qualidade do serviço prestado. Por isso mesmo, iremos apostar:

- Na qualidade do *Room Service* como estratégica de melhoria contínua e consequente fidelização dos clientes;

- No reconhecimento da importância da formação dos recursos humanos no sucesso da unidade.

Após uma reflexão profunda sobre a mutação do mercado hoteleiro e das exigências do cliente atual, refletidos na própria experiência profissional na área da Hotelaria e Turismo, quer ao nível da experiência no mercado de trabalho, quer ao nível da investigação relativa à atividade de docência, são apresentadas, neste manual de *Room Service*, várias estratégias para a melhoria contínua do serviço.

Trata-se de um trabalho técnico com recurso metodologia qualitativa de observação participante, que permite estabelecer boas práticas de atuação, de forma que os hotéis se adaptem ao “novo normal” do mercado, através de respostas práticas e operacionais.

Palavras Chaves: *Room Service*. Serviço de excelência. Motivação. Colaboradores. Hotéis.

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Abstract

The present project aims to obtain the master of Hotel Management.

The purpose of this manual is to present a work in Hospitality and Catering, with the theme "Manual de *Room Service*".

This work is reviewed in the experience and knowledge acquired throughout my professional journey, such as Maître d'Hotel, Director of F&B, Assistant Director of Hotel and currently as a teacher in Hospitality and Tourism.

It was created in march of 2023, with the main objective of technically and operationally preparing employees of the Hotel industry who intend to work in the department of food and beverage - Room Service section.

Currently, we live in an unexpected situation pandemic, hotels need to adapt to this situation and demands and needs and expectations of customers. Several companies use tools to help position themselves in the market, to keep current customers and conquer new ones. One of the differentiating factors in the Hotel units is the provision of room service with quality, this manual essential and pertinent to the hotel reality that we cross. In recent months, Room Service has been a key ally for hotels to continue serving their guests so that they would feel safe and remain satisfied with the services provided. The trend of utility has been increasing and is expected to be a trend to maintain.

Therefore, it is essential to elevate the service of excellence in service, technically evolve employees at the level of their organization and control in the various sections and subsections that insert the section of room service. Employees should remain prepared for the professional execution of a set of tasks related to the planning, guidance, and management of the Room Service section.

We can affirm that this work has as specific objectives to recognize the importance of Room Service in the Hotel industry, namely in the quality of the service provided. That's why we're going to bet:

- As a room service as a strategic of continuous improvement and consequent trust of customers.
- In recognition of the importance of human resources training in the success of the unit.

After an in-depth reflection on the changing of the hotel market and the requirements of the actual client, reflected in his own professional experience in Hospitality and Tourism, both in terms of experience in the labour market and in the level of research related to teaching activity, several strategies for continuous improvement are used in this manual of Room Service.

It is a technical work using qualitative methodology of participant observation, which allows to establish good practices of action, so that the hotels adapt to the "new normal" of the market, through practical and operational responses.

Keywords: *Room Service*. Excellence in service. Motivation. Employees. Hotels.

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Descrição dos itens.....	17
Tabela 2 - <i>Check list Room Service</i>	26
Tabela 3 - <i>Set- up do carrinho</i>	27
Tabela 4 - <i>Placard principal de controlo de refeições nos quartos</i>	78
Tabela 5 - <i>Formulário de Room Service</i>	85
Tabela 6 - <i>Relatório diário de receitas</i>	86
Tabela 7 - <i>Controlo da chave mestra</i>	87
Tabela 8 - <i>Horário de Serviço</i>	88
Tabela 9 - <i>Informação diária de comidas e bebidas</i>	89
Tabela 10 - <i>Relatório diário de rutura de stock</i>	89
Tabela 11 - <i>Quadro de controle Principal</i>	90
Tabela 12 - <i>Standard pequeno-almoço continental</i>	91
Tabela 13 - <i>Standard pequeno-almoço americano</i>	91
Tabela 14 - <i>Standards pequeno-almoço à la carte</i>	93

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Índice de Figuras

<i>Figura 1 – Set-up bandeja de pequeno-almoço continental para um hóspede.</i>	28
<i>Figura 2 - Set-up bandeja de pequeno-almoço continental para dois hóspedes.</i>	29
<i>Figura 3 - Set-up pequeno-almoço americano para um hóspede.</i>	29
<i>Figura 4 - Set-up pequeno-almoço americano para dois hóspedes.</i>	30
<i>Figura 5 - Set-up de um hambúrguer para um hóspede.</i>	30
<i>Figura 6 -Set-up quatro pratos para dois hóspedes.</i>	30
<i>Figura 7 - Set-up três pratos e vinho tinto para um hóspede.</i>	31
<i>Figura 8 -Set-up seis pratos e vinho tinto para dois hóspedes.</i>	31
<i>Figura 9 - Set-up uma garrafa de vinho tinto para dois hóspedes.</i>	31
<i>Figura 10 - Set-up uma garrafa de vinho branco para dois hóspedes.</i>	32
<i>Figura 11 - Set-up uma garrafa de vinho espumante para dois hóspedes.</i>	32
<i>Figura 12 - Ligar a hot box.</i>	47
<i>Figura 13 - Passar o cartão micros e imprimir.</i>	48
<i>Figura 14 - Colocar a conta no porta contas.</i>	48
<i>Figura 15 - Preparar o mise-en-place.</i>	49
<i>Figura 16 - Preparação do prato a pão e espátulas de manteiga.</i>	49
<i>Figura 17 - Mise-en-place do copo a água.</i>	50
<i>Figura 18 - Mise-en-place para os condimentos.</i>	50
<i>Figura 19 - Mise-en-place do cesto do pão.</i>	51
<i>Figura 20 - Mise-en-place acompanhamento do chá ou café.</i>	51
<i>Figura 21 - Mise-en-place das bebidas.</i>	52
<i>Figura 22 - Transporte da hot box.</i>	52
<i>Figura 23 – Fixar a hot box no carrinho.</i>	53
<i>Figura 24 -Local certo para o pano de serviço.</i>	53
<i>Figura 25 - Recolha dos pães.</i>	54
<i>Figura 26 - Recolha da comida fria.</i>	54
<i>Figura 27 - Recolha da comida quente.</i>	55
<i>Figura 28 - Recolha da sobremesa.</i>	55
<i>Figura 29 - Última recolha posta em baixo.</i>	56
<i>Figura 30 - Recolha do café.</i>	56
<i>Figura 31 - Verificar se o pedido está correto.</i>	57
<i>Figura 32 - Verificar duas vezes qualquer falta.</i>	58

<i>Figura 33 - Empurrar o carrinho.</i>	<i>59</i>
<i>Figura 34 - Boa postura com o carrinho do hóspede.</i>	<i>59</i>
<i>Figura 35 - Pressionar o botão do elevador.</i>	<i>60</i>
<i>Figura 36 - Vire as costas e puxe suavemente o carrinho suavemente.</i>	<i>60</i>
<i>Figura 37 - Cuidado com a porta que fecha rapidamente.</i>	<i>61</i>
<i>Figura 38 - Nível diferente entre o piso e o nível do elevador.</i>	<i>61</i>
<i>Figura 39 - Carregar o carrinho para a cabine, evitar bater na porta ou parede.</i>	<i>62</i>
<i>Figura 40 - Pressione o piso do quarto.</i>	<i>62</i>
<i>Figura 41 - Confirmar o número do quarto antes de sair.</i>	<i>63</i>
<i>Figura 42 - Vire as costas e coloque o carrinho para fora suavemente.</i>	<i>63</i>
<i>Figura 43 - Pressione o botão para abrir.</i>	<i>64</i>
<i>Figura 44 - Deve-se puxar o carrinho e não empurrar.</i>	<i>64</i>
<i>Figura 45 - Verificar o quarto correto com a conta do hóspede.</i>	<i>65</i>
<i>Figura 46 - Verifique uma última vez a mise-en-place antes de entrar no quarto do hóspede.</i>	<i>65</i>
<i>Figura 47 - Pergunte ao hóspede onde gostaria de tomar a refeição.</i>	<i>66</i>
<i>Figura 48 - Mova a mesa para configurar o carrinho.</i>	<i>67</i>
<i>Figura 49 - Roda do carrinho fácil de trancar.</i>	<i>67</i>
<i>Figura 50 - Tranque o carrinho e abra as asas.</i>	<i>68</i>
<i>Figura 51 - Entregar o jornal ao hóspede.</i>	<i>68</i>
<i>Figura 52 - Abrindo as asas do carrinho.</i>	<i>69</i>
<i>Figura 53 - Repor set-up para o hóspede.</i>	<i>69</i>
<i>Figura 54 - Tire a comida da hot box.</i>	<i>70</i>
<i>Figura 55 - Identificar a comida do hóspede.</i>	<i>70</i>
<i>Figura 56 - Se o hóspede preferir manter a sua comida na hot box.</i>	<i>71</i>
<i>Figura 57 - Ofereça mais assistência ao hóspede.</i>	<i>71</i>
<i>Figura 58 - Servir a bebida ao hóspede.</i>	<i>72</i>
<i>Figura 59 - Coloque um lugar para sentar o hóspede.</i>	<i>72</i>
<i>Figura 60 - Apresente a conta ao cliente.</i>	<i>73</i>
<i>Figura 61 - Confirme a conta imediatamente.</i>	<i>73</i>
<i>Figura 62 - Agradeça ao hóspede.</i>	<i>74</i>
<i>Figura 63 - Evite bater com a porta.</i>	<i>74</i>
<i>Figura 64 - Ligar depois do pedido ser entregue</i>	<i>75</i>
<i>Figura 65 - Verificar os corredores quando regressamos à central de Room Service.</i>	<i>75</i>

<i>Figura 66 - Fechar a conta no quarto do cliente.....</i>	<i>77</i>
<i>Figura 67 - Fechar a conta no número do quarto.</i>	<i>77</i>
<i>Figura 68 - Contacto da central de Room Service para remover a bandeja/carrinho.....</i>	<i>79</i>
<i>Figura 69 - Depois do contacto do hóspede a bandeja/carrinho tem de ser removido.....</i>	<i>79</i>
<i>Figura 70 - Aguarde 10 segundo até obter resposta.</i>	<i>80</i>
<i>Figura 71 - Pergunte ao hóspede como foi a refeição.....</i>	<i>80</i>
<i>Figura 72 - Verifique todos os itens com a check-list.....</i>	<i>81</i>
<i>Figura 73 - Disponha todos os itens de forma agradável.....</i>	<i>81</i>
<i>Figura 74 - No caso de existir muitos itens para recolha usamos a hot box.....</i>	<i>82</i>
<i>Figura 75 - Fechar as asas do carrinho.</i>	<i>82</i>
<i>Figura 76 - Movendo os móveis no quarto para o sítio certo.....</i>	<i>83</i>
<i>Figura 77 - Agradeça ao hóspede antes de sair do quarto.....</i>	<i>83</i>
<i>Figura 78 - Fechar a porta com cuidado.....</i>	<i>84</i>
<i>Figura 79 - Informar a receção que o pedido foi feito.</i>	<i>84</i>

Esta página foi intencionalmente deixada em branco

Índice

Introdução.....	1
Capítulo I.....	4
Breve enquadramento teórico.....	5
Capítulo II.....	9
1. O <i>Room Service</i> do hotel.....	10
1.1 A definição e função principal do <i>Room Service</i>	10
1.2 Quais as responsabilidades	11
1.3 Funções específicas do colaborador do <i>Room Service</i>	12
1.4 Qual o perfil e as qualificações do colaborador.....	13
2. <i>Scripts</i> de vendas eficazes no <i>Room Service</i>	13
2.1 Criar relações com o hóspede.....	14
2.2 A descrição é feita quando se explica o que é o produto.....	15
2.3 O fecho da conversa com o hóspede	16
3. A estratégia do hotel.....	19
3.1. como fazer com que o hóspede se sinta especial	20
4. As políticas de recursos humanos no <i>Room Service</i> e lista de verificação	21
4.1 A sua aparência.....	21
4.2 Fardas dos colaboradores.....	22
4.3 Os sapatos.....	22
4.4 O cabelo.....	22
4.5 As mãos e unhas.....	23

4.6	Uso de joias no trabalho.....	23
5.	O mise-en-place e standards do <i>Room Service</i>	23
6.	O <i>check list</i> do <i>room service</i> no período de pequeno-almoço.....	26
7.	O <i>set-up</i> do carrinho e bandeja do <i>Room Service</i>	28
7.1	Pequeno-almoço continental para um hóspede	28
7.2	Pequeno-almoço continental para dois hóspedes.....	28
7.3	Pequeno-almoço americano para um hóspede	29
7.4	Pequeno-almoço americano para dois hóspedes	29
7.5	Um hambúrguer para um hóspede	30
7.6	Quatro pratos para dois hóspedes.....	30
7.7	Três pratos e vinho tinto para um hóspede.....	31
7.8	Seis pratos e vinho tinto para dois hóspedes.....	31
7.9	Uma garrafa de vinho tinto para dois hóspedes	31
7.10	Uma garrafa de vinho branco para dois hóspedes.....	32
7.11	Uma garrafa de vinho espumante para dois hóspedes	32
8.	A hospitalidade telefónica no <i>Room Service</i>	32
8.1.	As competências da hospitalidade telefónica.....	33
8.1.1	Escutar.....	33
8.1.2	Questionar	34
8.1.3	Confirmação	34
8.1.4	Explicação	35

8.2 Etiqueta telefónica ao falar.....	35
8.3 A síntese da etiqueta telefónica e orientações ao telefone	36
9.O fluxo do <i>Room Service</i>	37
9.1 Tirar o pedido é a primeira ação.	37
9.2 Inserir o pedido.....	38
9.3 Preparação da bandeja de <i>Room Service</i>	39
9.3.1. Preparar a bebida para a bandeja de <i>Room Service</i>	39
9.3.2. Preparar os <i>itens</i> para transportar na bandeja.....	40
9.4 Preparação do carrinho de <i>Room Service</i>	40
9.4.1. Preparar o carrinho de <i>Room Service</i> com a bebida.....	41
9.4.2. Preparar o carrinho de <i>Room Service</i> para transportar comida	41
9.4.3. Serviço de transporte do carrinho de <i>Room Service</i>	42
9.5 O serviço no quarto dos hóspedes e entrar no quarto dos hóspedes	42
9.6 Servir a comida no quarto dos hóspedes	43
9.7 Fechar a conta do hóspede	45
9.8 Memorizar onde foi feito <i>Room Service</i>	45
9.9 Remoção da bandeja e do carrinho	45
9.10 Nota importante.....	46
10. Como apresentar a refeição no quarto	46
10.1 Na preparação.....	47
10.2 Transporte	58

10.3 Serviço no quarto dos hóspedes	66
10.4 Memorizar, recolher o equipamento e utensílios	76
11. As tabelas informativas do <i>Room Service</i> e escala de trabalho.....	84
11.1 O formulário de <i>Room Service</i>	855
11.2 Relatório diário das receitas de <i>Room Service</i>	866
11.3 Folha de controle da chave mestra do <i>Room Service</i>	87
11.4 A escala do <i>Room Service</i>	88
11.5 Informação diária de comida e bebida do <i>Room Service</i>	89
11.6 Relatório diário de rutura de <i>stock</i> do <i>Room Service</i>	89
11.7 O quadro de controlo principal	90
12. <i>Standards</i> dos itens do pequeno-almoço na secção <i>Room Service</i>	90
12.1 <i>Standards</i> dos vários itens do pequeno-almoço continental.	91
12.2 <i>Standards</i> do pequeno-almoço americano	91
12.3 <i>Standards</i> de pequeno-almoço à la carte ou à lista	93
13. As técnicas básicas do <i>barman</i> e <i>barmaid</i>	94
13.1 As técnicas básicas do <i>barman</i> e <i>barmaid</i>	94
13.2 Procedimentos a ter e a observar.....	95
13.3. Rutura e desperdício.....	99
13.4. Manipulação de copos.....	99
13.5 Algumas orientações de higiene e segurança.....	100
13.6 Receitas de cocktails clássicos	101

13.7 A carta de comida de Room Service	101
14. Reflexões finais	102
15. Conclusão	103
Referências bibliográfica	105
Vocabulário técnico.....	108
Apêndices.....	123
Receitas de cocktails.....	125
Carta de comidas.....	162
Anexos.....	172
Lista de amenities.....	174
Lista de amenities do Room Service.....	176
Fichas técnicas dos amenities.....	177
Diretório de quartos e carta de Room Service.....	182
Cartão de remover.....	190
Door-Knob.....	191

Introdução

Este manual foi criado para os colaboradores da indústria hoteleira de determinado tipo de categoria média ou superior não poderão dispensar a existência de um departamento Comidas e Bebidas secção de *Room Service* e tem como principal objetivo elevar os *standards* no *Room Service* e ajudar a adaptarem-se rapidamente ao novo funcionamento do serviço que esta situação pandémica exige.

Com este manual pretendemos que os colaboradores contratados se adaptem às novas exigências do mercado atual e à imagem que as unidades hoteleiras pretendem projetar no mercado.

Este é um trabalho de índole prática que procura dar respostas ao *Standard Operating Procedure (SOP)*¹ e *Best Practices*² do serviço de quartos (V. Santos, 2017). Entendemos, que é necessário, em alturas de pandemia, dar uma maior confiança aos hóspedes, podendo usufruir do *Room Service* com qualidade, sentindo-se em segurança e mantendo a já habitual privacidade no quarto.

Os colaboradores do *Room Service* têm um papel fundamental no serviço de excelência aos hóspedes. Destes, depende a qualidade do mesmo, nomeadamente o serviço e os *timings*³ dos pedidos de comidas e bebidas nos quartos dos hóspedes. Todas as fases desde a sua preparação e execução, precisam de ter comunicação com as várias secções e departamentos. Além, naturalmente, dos colaboradores da central do *Room Service*, ao qual compete a coordenação geral do serviço. “Em especial, deverá prestar-se a melhor atenção à eficiência do serviço, garantido que, de acordo com a preparação específica requerida, a satisfação de um pedido ao *Room Service* deverá levar entre 5 e 15 minutos a prover por este” (Quintas, 2006, p. 240).

O comportamento dos hóspedes, nos quartos, não é frequentemente, igual ao comportamento habitual no restaurante. Daí surgirem, na prática, situações que nem sempre são fáceis de resolver e que exigem do colaborador do *Room Service* competências e moderação,

¹ SOP é um conjunto de instruções passo a passo compiladas por uma organização para ajudar os trabalhadores a realizar operações de rotina.

² Melhor prática é um método ou técnica que foi geralmente aceite como superior a outras alternativas conhecidas.

³ Período ou prazo durante o qual algo deve ser realizado.

necessárias e essenciais, especialmente por sabermos que a supervisão do serviço nos quartos é quase impossível.

Deverá exigir-se aos colaboradores deste serviço a maior cortesia e descrição. Seria falta grave, por exemplo, aproveitar a entrada nos aposentos dos hóspedes para se comportar de forma menos respeitosa ou evidenciar por qualquer forma a intenção de perscrutar a intimidade dos quartos e seus clientes (Quintas, 2006, p.569).

A conduta diária dos empregados na indústria de viagens e turismo é de cortesia e de etiqueta e protocolo. Estas condutas constituem a condição *sine qua non*⁴ para alcançar, manter e garantir o posicionamento a um *nível premium*⁵, na vanguarda da exímia personalização do acolhimento hoteleiro (V. Santos, 2017).

Não será, logicamente, ao acaso que os hotéis adotam e se regem por um código específico de conduta interno, alicerçado e integrado em manuais de controlo de procedimentos e operações. Estes são, por isso mesmo, elaborados e cumpridos rigorosa e exclusivamente para preservar a longevidade do *status* hoteleiro, em consonância com a imagem que estes hotéis transmitem e, também, o posicionamento estratégico que ocupam, cada vez mais no setor da hotelaria de luxo a que pertencem (V. Santos, 2017).

Atualmente, a crise do turismo, por estranho paradigma, parece potenciar o *core business*⁶ dos hotéis, quer pela etiqueta e protocolo, pelos serviços e produtos distintos e exclusivos e também pela máxima exigência incutida diariamente a todo os colaboradores.

As unidades hoteleiras, para otimizarem os serviços e recursos deverão investir no capital humano de forma a promoverem a coesão de todos os colaboradores.

A consistência plena dos serviços gera a fidelização dos hóspedes.

Este manual é dirigido à secção de *Room Service*, assumindo uma abordagem técnica que urge, simultaneamente, responder aos desafios do setor.

Este trabalho marcará, com certeza, o início de uma nova performance para todos quanto colaboram ou pretendem vir a colaborar na indústria hoteleira.

⁴ "Sine qua non" é uma locução com que se qualifica uma cláusula ou condição sem a qual não se conseguirá atingir o objetivo planejado, sem a qual determinado fato não acontece.

⁵ Primeira classe.

⁶ É a atividade primária, aquela em que a companhia é especialista e sobre a qual deverá centrar seus esforços, do ponto de vista estratégico.

Será uma ferramenta útil e essencial para a operacionalização dos serviços da indústria hoteleira no departamento de comida e bebidas, secção de *Room Service*, prometendo criar expectativas e entusiasmo. Os conteúdos apresentados neste manual são úteis na formação de novos hoteleiros, como na contínua reciclagem dos hoteleiros já experientes.

O “Manual de *Room Service*” projeto está estruturado da seguinte forma:

Capítulo 1: O Turismo e a Hotelaria

O turismo e a hotelaria estão interligados e são a indústria com um maior crescimento global. A história da hotelaria remonta há milhares de anos. Os estabelecimentos hoteleiros foram surgindo para atender às necessidades dos viajantes. O desenvolvimento da hotelaria foi influenciado por novas formas de transporte ao longo dos séculos, como o comboio e o avião. Durante a revolução industrial, surgiram conceitos de hospitalidade e inovações nos hotéis.

As exigências do mercado foram crescendo ano após ano o que fez com que a formação e os conhecimentos técnicos dos profissionais da hotelaria se tornassem, cada vez mais, cruciais para atender a essas mesmas exigências.

O *marketing* interno desempenha, por isso mesmo, um papel fundamental, para motivar e educar os colaboradores de forma a irem de encontro às necessidades dos clientes. A satisfação e motivação dos colaboradores refletem-se na imagem do hotel e na fidelização dos clientes.

Este manual aborda a importância do *marketing* interno nas unidades hoteleiras, com foco na qualidade do serviço de *Room Service*. Estabelecer padrões de qualidade e um ambiente de trabalho acolhedor contribui para o sucesso da unidade hoteleira.

Capítulo 2: O *Room Service*

Este capítulo centra-se no serviço de *Room Service* oferecido pelos hotéis aos hóspedes. Explica o conceito e a evolução desse serviço, destacando os seus benefícios para os hóspedes e hotéis. Salienta as diferentes formas de solicitar o serviço, opções de menus e boas práticas para os colaboradores do *Room Service*. Também enfatiza a importância da qualidade desse serviço para a satisfação dos hóspedes e reputação do hotel, fornecendo dicas para aprimorá-lo e oferecer uma experiência excepcional.

Capítulo I

O Turismo e a Hotelaria

Breve enquadramento teórico

O Turismo e a Hotelaria

O turismo é a indústria que mais cresce no mundo e sabemos que associado ao Turismo estará sempre o negócio da hospedagem (Chon, 2001).

O turismo pressupõe a deslocação de pessoas de um lugar para outro, seja nacional ou internacional, gerada pela motivação de conhecerem novos lugares ou apenas por motivos profissionais.

Esta necessidade torna-se, ainda hoje, numa oportunidade para todas as pessoas que trabalham direta e até indiretamente neste setor.

Não existe uma data específica quando surgiu o negócio da hospedagem. Pensa-se que este negócio terá cerca de 1800 A.C.(Barrows et al., 2012). Com o seu aparecimento foram definidas leis que existem no Código de *Hammurabi*, este escrito, pensa-se, em 1100 a.c., pelo Rei *Hammurabi*. Foi encontrado por arqueólogos em Susa (Irão), numa expedição em dezembro de 1901 e janeiro de 1902 (Prince, 1904). Neste código constam leis, onde se definem as relações entre as pessoas e os proprietários das hospedarias.

Na idade média as deslocações eram feitas a pé (Gonçalves, 1980) ou a cavalo demorando muito tempo em todas as viagens, que levavam, por vezes, semanas, obrigando-os a recorrer às hospedarias para pernoitar. Esses estabelecimentos situavam-se em pontos convenientes, escolhidos ao longo da estrada, de forma a proporcionar alimento e descanso tanto aos viajantes como aos animais que os transportavam.

Mais tarde, surgiu o comboio, passando este a ser o meio de transporte escolhido para viajar. Contudo, houve a necessidade de construir no final das ferrovias hotéis, chamados Hotel *Terminus*, por se situarem, quase sempre, no final da linha férrea, como o exemplo do Hotel Avenida Palace, no Rossio, Lisboa (Pinheiro, 2008).

Na revolução industrial construíram-se vários hotéis e foi, também, nesta fase que surgiu o conceito de indústria da hospitalidade. A palavra hospitalidade vem de hospício, uma palavra antiga da França que significa “prestar cuidados/abrigo aos viajantes” (Walker, 2017). A preocupação em inovar os hotéis e ir de encontro aos desejos e exigências dos hóspedes começou a crescer, surgindo novas ideias de conforto, como as casas de banho privativas e o telefone no quarto.

Ainda na revolução industrial é construído o primeiro hotel nos Estados Unidos que é inaugurado em 1794, na *Broadway*, em Nova Iorque, com 70 quartos (N. Santos & Dias, 2017).

Em Boston, no ano de 1829, foi aberto o primeiro hotel da era moderna, o *Tremont House*, com 170 quartos (Corrêa, 2016; F. M. Santos, 2012).

O autor *Walker* (2017), refere que a hospitalidade inovou no séc. XIX do que toda história anterior conhecida. Foi também no séc. XIX que o senhor *César Ritz* se tornou, aos 38 anos de idade, o gerente mais novo de um dos maiores e mais luxuosos hotéis do mundo, o Hotel *Savoy*, fundado em Londres em 1898, trabalhando em parceria com o chefe de *Cuisine Auguste Escoffier* (Oliveira, 2018).

Referimos três pontos interessantes da evolução na Hotelaria:

- O primeiro hotel a usar aquecimento foi o *Eastern Exchange Hotel*, em Boston, e o primeiro a utilizar a eletricidade nas suas instalações foi o Hotel *Everett*, situado na *Park Row*, em Nova Iorque. Este desenvolvimento fez com que se desenvolvessem grandes cadeias hoteleiras como a *Hilton*, *Sheraton* e os *Statler*, entre outros (F. M. Santos, 2012);
- Com a indústria automóvel, os viajantes libertam-se da dependência do transporte ferroviário e surge uma nova era para a hotelaria, pois as pessoas viajavam com mais frequência (F. M. Santos, 2012);
- No ano de 1930 a ascensão da hotelaria foi interrompida pela segunda guerra mundial. Após o final do conflito, a evolução retomou com as viagens dos transportes aéreos de passageiros. As companhias de aviação encontraram o mesmo problema que os transportes ferroviários no século anterior. Os grandes aviões de passageiros descarregavam mais turistas do que os hotéis que existiam podiam hospedar (F. M. Santos, 2012). As cidades tinham pouca oferta de alojamento e por isso, as principais companhias aéreas decidiram entrar no negócio da hotelaria ou apoiar empresas já existentes com renome na sua expansão (Marques, 2006).

Ao longo da história percecionamos que a indústria do turismo se adaptou de forma a satisfazer as necessidades dos viajantes. O mesmo terá de acontecer nos nossos dias, tornando-se essencial elevar os *standards*⁷ aos profissionais que executam as suas tarefas no

⁷ Que obedece a parâmetros convencionados.

departamento de Comidas e Bebidas secção de *Room Service* e no setor do turismo (Blokdyk, 2022; Solomon & Humler 2019). Estes passaram a precisar de muita experiência e conhecimentos técnicos para cumprir a sua missão, num mercado cada vez mais exigente. Por isso mesmo, atualmente, é uma mais-valia que os profissionais de hotelaria tenham formação profissional e/ou superior na área. Tendo uma boa formação, esta adiciona real valor ao turismo tanto na sua gestão como na sua compreensão.

O Marketing Interno

No decorrer deste Manual vamos dar ênfase à importância e as suas vantagens de uma unidade Hoteleira aplicar *Marketing Interno* aos seus colaboradores.

Considerando que "o *marketing* interno refere se à forma pela qual uma organização motiva e educa os seus colaboradores a comportarem-se de uma maneira orientada para o mercado e para o cliente" (Snell & White, 2009, p. 195) podemos afirmar que a implementação de uma estratégia de *marketing* interno é fundamental para todas as organizações.

As unidades que implementam programas de *marketing* interno conseguem facilmente atingir elevados níveis de fidelização dos colaboradores (Jian-Wu et al, 2020). Acreditamos que colaboradores motivados e leais têm atitudes positivas face à empresa, à sua gestão, o que leva ao aumento da qualidade de serviço ao cliente e inerente o aumento das vendas. “Não se conseguem programas internos e satisfação do cliente. Assim, o *marketing* interno tem dois benefícios: satisfação do cliente e satisfação dos colaboradores” (Kotler et al., 1999, p.319).

Tendo em conta a seguinte premissa deixada por *César Ritz*, e reforçada por Guidara (2022), Tanji (2016) e Sturman et al (2011), que refere que a formação dos colaboradores é crucial para a hospitalidade, uma vez que cada colaborador deverá ter a capacidade de compreender os desejos dos seus clientes e contribuir para a evolução de novos padrões de serviço e manutenção dos hotéis (Ritz, s.d.).

É fundamental que todas as organizações se preocupem com a formação e contratação dos colaboradores que prestam serviço e têm contacto com os clientes. Nesse sentido, a preparação técnica dos colaboradores que trabalham na indústria de viagens e turismo surge como fundamental no *marketing* de serviços - *marketing* interno.

A importância do *marketing* interno é vital para compreender o impacto da política da empresa, na satisfação e motivação dos colaboradores. Naturalmente, esta reflete a imagem do

hotel e, conseqüentemente, a satisfação e fidelização dos clientes. Tendo “Claramente colaboradores felizes e empenhados em oferecer um serviço de alta qualidade, resultando em clientes cujas expectativas são satisfeitas” (Kotler et al., 1999, p. 318).

Da mesma forma que as empresas pretendem conquistar os seus clientes, é também crucial que conquistem e entusiasmem os seus colaboradores. A motivação e satisfação dos colaboradores levam à felicidade do cliente, porque sentem a sua disponibilidade e simpatia durante o serviço (Sturman et al, 2011; Guidara, 2022).

Mais recentemente, os investigadores Tsai e Tang (2008) identificaram as componentes do *marketing* interno como: programas de formação, incentivos de desempenho e visão para a excelência do serviço.

As empresas que tiverem implementado na sua gestão estratégica o *marketing interno* mantêm-se no mercado independentemente da crise mundial ou pressão da concorrência. O *marketing interno* traz melhorias à organização e promove a transmissão da informação nos serviços executados pelos colaboradores da empresa relativamente às expectativas de cada cliente. Cada unidade hoteleira deve ter o seu método de implementação de processos de *marketing* interno e adaptá-los ao seu caso específico, conforme o seu contexto.

Nesse sentido, a formação, a informação e o acolhimento dos colaboradores do hotel são importantes para que este entenda o que é esperado dele, quer numa fase inicial, quer durante todo o seu percurso profissional.

Este manual aborda essas necessidades do planeamento do *marketing interno* de cada unidade hoteleira, tendo em atenção, todos os seus pontos diferenciadores não esquecendo jamais, o ponto principal, a qualidade do serviço do *Room Service*, tendo em conta que cada vez mais a qualidade deste serviço fará a diferença na escolha dos clientes. Abordamos, também, um conjunto de regras que estabelecem os padrões de qualidade da unidade que acolhe os colaboradores, fazendo-os sentirem-se integrados no serviço de excelência para que conseqüentemente promovam o sucesso da unidade Hoteleira.

Capítulo II

O Room Service

1. O *Room Service* do Hotel

1.1 A definição e função principal do *Room Service*

A definição dada por J. Albano Marques (2006) de *Room Service* ou serviço de quartos diz-nos que o *Room Service*:

é o sector que se ocupa do fornecimento aos hóspedes de todas as bebidas, ou refeições que o mesmo deseje consumir, no quarto ou em qualquer local do hotel, fora dos setores normais de venda.

Os seus empregados cumprem um turno, tem a seu cargo os pequenos-almoços nos andares e, durante o dia o serviço de almoços, jantares, lanches ou bebidas, nos andares, terraços e salões, para o que conta com o seu próprio pessoal (Marques, 2006).

A função principal do *Room Service* é receber pedidos dos hóspedes por telefone seguindo os *standards* corretos de atendimento telefónico da unidade hoteleira e, ao mesmo tempo, vender os produtos disponíveis nos menus, utilizando para isso, as técnicas de venda. Estas técnicas serão aprofundadas no ponto três deste manual.

O serviço de *Room Service* deve ter canais internos de comunicação claros com os vários departamentos nomeadamente o departamento de alojamento e departamento de vendas. Ora vejamos um exemplo prático em que a comunicação interna é fundamental:

- Uma unidade Hoteleira recebe a Seleção Nacional A com as respetivas notas de serviços. Na hora de jantar, a equipa e dirigentes dirigem-se à sala privada destinada às refeições neste caso para jantar. Nessa altura a secção de *Room Service* é avisado internamente que os jogadores da seleção nacional e dirigentes se deslocam para a sala de jantar. Enquanto a equipa janta e os dirigentes, os colaboradores do *Room Service* distribuem sacos adequados com a ceia aos jogadores e dirigentes nos respetivos quartos. Assim como que por magia, quando a equipa e dirigentes regressam aos quartos têm as suas ceias individuais, conforme nota de serviço elaborada pelo departamento das vendas.

O *Room Service* é o *food delivery* de uma unidade hoteleira. As vantagens são muitas. O hóspede está seguro e confortável no seu quarto e os seus desejos são satisfeitos pelo contacto a este serviço. Com efeito, os clientes são especialmente sensíveis à forma como os estabelecimentos hoteleiros respondem às suas solicitações de serviço de refeições e bebidas,

no ambiente dos quartos privados, em que escolheram ser servidos de maneira particular, em alternativa ao atendimento menos personalizado dos restaurantes e bares.

Acresce que os hóspedes tendem a ser especialmente críticos uma vez na intimidade dos quartos e que quase sempre, se revelam mais espontâneos e exigentes na apreciação do serviço recebido, o que faz do *Room Service* uma atividade demasiado importante para que os hoteleiros possam transigir relativamente à sua qualidade aceitável.

O facto de os quartos dos estabelecimentos hoteleiros se encontrarem equipados com mini-bares e máquinas de café e chá, num número crescente de casos, permite que o *Room Service* se tenha de preocupar cada vez menos, no futuro, com o fornecimento de bebidas aos quartos, para se poder concentrar, quase exclusivamente, na prestação do serviço de pequenos-almoços e *private dining*⁸ (Quintas, 2006).

Os hoteleiros deverão dedicar maior atenção à atividade de *Room Service*, garantindo o seu desempenho eficiente e, com ele, a qualidade necessária à plena satisfação dos hóspedes.

No nosso próximo tema iremos abordar as responsabilidades do colaborador, as suas funções específicas, qualificações, responsabilidades gerais e funções.

1.2 Quais as responsabilidades gerais dos colaboradores na secção do *Room Service*

Todos os colaboradores têm de manter procedimentos de venda precisos, esperados pela unidade hoteleira. Como por exemplo atender o telefone dentro de três toques, hospitaleiramente e utilizando boas técnicas de comunicação, para além, de no final, verificar com todos os hóspedes a satisfação de cada refeição.

São os detalhes do colaborador que fazem a diferença nesta secção.

Por isso, os colaboradores que entrarem ao serviço terão de saber algumas informações: verificando a lista *Very Important People* (VIP - garantir o reconhecimento da pessoa VIP quando esta liga para o *Room Service* - página 120); atendendo o telefone com voz clara e

⁸ Jantar privado.

cortês, utilizando o *script*⁹ de atender as chamadas no *Room Service*; tendo as informações atualizadas e o conhecimento de todos os menus em todos os pontos de venda e sobre os diferentes serviços oferecidos em todo o hotel; ser cortês com o hóspede e anotar qualquer pedido de *itens* mesmo que não esteja na lista do menu de *Room Service* e se possível arranjarlo num prazo razoável.

Ora vejamos as funções específicas de cada colaborador na secção de *Room Service*.

1.3 Funções específicas do colaborador do *Room Service*

Cada colaborador tem como função específica anotar bem o pedido do hóspede e, depois de anotar o pedido, lê-lo de volta ao hóspede para ter a certeza de que está correto. Deverá anotar os pedidos de forma clara e legível no vale de serviço ou impressos próprios para o mesmo. De seguida, deverá registar o pedido no *Software POS*¹⁰, certificando-se e verificando que a informação é transmitida para a cozinha o mais rapidamente possível. Os pedidos que estão no sistema devem ser acompanhados pelo colaborador, para garantir que cada pedido será preparado e confeccionado no devido tempo. No final de cada turno, os colaboradores deverão certificar-se de que a secção *Room Service* está trancada e em segurança assim como os produtos e equipamento devem ser devidamente contados e feita a sua reposição.

As relações com os hóspedes devem manter-se excelentes, utilizando métodos de venda sugestivos. Cada colaborador deverá registar, no *placard*¹¹ principal (como exemplo na página 90 deste manual), onde deixou o carrinho (*Trolley* ou bandeja).

É igualmente importante, certificar-se de que todos os procedimentos contabilísticos, ou seja, as contas do final do turno do *Room Service* estão corretas e devidamente entregues.

É também fundamental, a comunicação e trabalho de equipa com a receção, vendas e central de *Room Service* de forma a garantir uma entrega precisa e rápida de *amenities* (página 175) nos quartos do hóspede.

⁹ Guião - Texto de uma obra cinematográfica, radiofónica, teatral ou televisiva, com os pormenores precisos para a realizar. = ARGUMENTO, ROTEIRO.

¹⁰ Sistema informático de registo.

¹¹ Quadro

Temos também de ter em conta o perfil e as qualificações de cada colaborador.

Ora vejamos as mais revelantes.

1.4 Qual o perfil e as qualificações do colaborador

As qualificações mais evidentes do colaborador do *Room Service* são: escrever com uma letra legível as comandas ou vales de serviço para que seja perceptível o que está escrito e inserir o pedido corretamente no *POS*; o colaborador deve também ter uma aparência limpa, uma boa saúde física, ser capaz de cumprir os padrões exigidos e ter uma atitude cortês na conversa com o hóspede; ser honesto, íntegro, ter capacidade de trabalhar em equipa e ter uma comunicação eficaz.

Alertamos para o fato do negócio hoteleiro funcionar sete dias por semana, 24 horas por dia. Todos os colaboradores devem perceber este facto e estar cientes que, a todo o momento, pode ser necessário colocar um colaborador num outro turno que não o seu, conforme o volume de negócio assim o exija.

Note-se que a violação de qualquer destas responsabilidades e deveres descritos é motivo de ação disciplinar.

2. *Scripts* de vendas eficazes no *Room Service* que os colaboradores usam para iniciar a venda

Os *scripts* são essenciais para os colaboradores, pois ajudam-nos no processo de venda dos menus (Gastaldo, n.d.).

Nota: Os nomes ou situações de exemplo referidos nos seguintes *scripts* são mera coincidência.

Para criarmos um *script* de vendas eficaz, é necessário saber:

- 1.** Criar relações com os hóspedes (os colaboradores ouvirem os hóspedes);
- 2.** Descrever a comida (de forma que o hóspede consiga sentir e imaginar a comida);
- 3.** Dar uma opinião da comida (opinião pessoal/impessoal).

Iremos abordar estes três pontos mais detalhadamente e ficar com o essencial para interagir com o hóspede.

2.1 Criar relações com o hóspede. Criar relações com os hóspedes é uma estratégia fundamental para o sucesso de qualquer negócio hoteleiro. Existem diversas razões pelas quais essa prática é importante, como:

Fidelização: Ao criar um relacionamento positivo com os hóspedes, é mais provável que eles escolham o mesmo hotel em futuras viagens. Isso é importante, porque a fidelização dos clientes pode ajudar a manter um fluxo constante de receita e reduzir os custos de aquisição de novos clientes.

Feedback: Quando os hóspedes se sentem à vontade para se relacionar com a equipe do hotel, eles são mais propensos a fornecer *feedback* sobre a sua experiência. Isso pode ajudar o hotel a identificar áreas de melhoria e aprimorar o atendimento ao cliente.

Recomendações: Hóspedes satisfeitos são mais propensos a recomendar o hotel para amigos, familiares e colegas de trabalho. Isso pode ajudar a aumentar a visibilidade e a reputação do hotel, atraindo novos clientes e aumentando a receita.

Retorno financeiro: Quando os hóspedes se sentem valorizados e bem cuidados, eles são mais propensos a gastar mais dinheiro no hotel, seja em serviços adicionais, como *spa* e restaurante, ou em *upgrades* de quarto. Isso pode ajudar a aumentar a receita do hotel.

Em resumo, criar relacionamentos com os hóspedes pode ajudar o hotel a aumentar a fidelidade dos clientes, aprimorar o atendimento ao cliente, aumentar a receita e atrair novos clientes. Por essas razões, é uma prática essencial para qualquer hotel que deseja ter sucesso.

Por exemplo: depois de se apresentar com um sorriso ao telefone (página 32 - etiqueta telefônica deste manual) deverá apresentar o menu podendo utilizar algumas destas questões: “Já teve oportunidade de ver o nosso menu?; Já explorou o nosso menu?; É a sua primeira vez no nosso Hotel?; Está familiarizado com o nosso Menu? “. Pode e deve também dar algumas das seguintes informações sempre que considere necessário: “Temos refeições para as crianças”; “Os pratos de assinatura do chefe são a costela de cordeiro grelhado e a posta mirandesa grelhada”; “As nossas especialidades são sopa de cogumelos e tornedó com puré de maçã.”

A primeira impressão é o que devemos conseguir transmitir aos hóspedes, logo num primeiro momento. Devemos oferecer sugestões de *itens* do menu, podendo utilizar como frases de venda: “Para além da nossa carta de bar, temos o *Mojito* como *cocktail* do dia” (preço

promocional); "Se a sra. Catarina está interessada em beber vinho, um dos nossos vinhos mais populares é o Cabriz Reserva 2014"(vinho especial e único); "Se a sra. Catarina pretender comer algo único e delicioso, recomendo começar com a Salada *Ceaser*" (Especialidade da carta do *Room Service*); "Se a sra. Catarina quiser ter uma experiência diferente, a Costela de Cordeiro grelhado é perfeita para si"; "E se estiver com vontade de algo saudável e nutritivo, o chefe recomenda salmão fumado." (Prato de dieta); "Como se trata do almoço, recomendo que opte pela posta mirandesa grelhada, que é deliciosa."(Quantidade *versus* qualidade); "Para o seu jantar terminar de uma forma perfeita recomendo um prato de queijo e um cálice de vinho de porto *Late Bottle Vintage*". A seguir à venda da sobremesa sugira um digestivo.

2.2 A descrição é feita quando se explica o que é o produto (*item*) que está na carta. Este processo requer conhecimento do produto. Para facilitar, deverá fazer-se uma reunião diária e ter a oportunidade de conhecer os *itens*, através de um *Taste Panel*,¹² de forma que os colaboradores degustem os *itens* do menu e assim possam fazer uma descrição mais precisa e entusiasmada do mesmo aos clientes – utilizando expressões como: saboroso; espetacular; suculento; refrescante...

A descrição é o segundo passo para o diálogo de vendas e este concentra-se no detalhe do *item*, da forma como é preparado (ingredientes e preparação). Devemos estudar cuidadosamente os menus e obter as informações descritivas necessárias para desenvolver essas frases.

Quando se tem conhecimento das descrições dos itens do nosso menu, a chave para o sucesso da venda é juntá-las numa combinação irresistível que irá incentivar o hóspede a comprar todo o pacote, ou, no mínimo, a considerar as opções adicionais.

Vamos motivar o hóspede a considerar todas as opções disponíveis no menu, fazendo sugestões de cada página: Bebidas; Aperitivos (almoço/jantar); Entradas; Pratos acompanhar; Vinho; Sobremesa; Especialidades.

¹² Escolha de comida do menu da carta de *Room Service* e de seguida degustação pelos colaboradores desse turno com a presença do chefe de cozinha para explicar a preparação e confeção do prato e o chefe de bar a explicar as bebidas simples e compostas.

2.3 O fecho da conversa com o hóspede deverá ser feito com um reforço do *item* que foi escolhido. Poderá dar a sua opinião pessoal/impessoal, com exemplos "É um prato succulento e único"; "É Maravilhoso"; "É uma criação única"; "É absolutamente delicioso"; "É muito bonito!". Reforçando essencialmente a boa escolha do hóspede; "É uma especialidade da nossa carta, fica perfeito com um copo de vinho tinto garrafeira dos Sócios da região do Alentejo".

Estes diálogos ajudam a que os colaboradores sejam eficientes e haja uma melhoria continua.

Vamos colocar em prática o que abordamos anteriormente.

Em resumo, os *scripts* de venda são compostos por três passos.

Temos como exemplo na descrição dos *itens*:

1. **Primeira impressão:** "Se o sr. Tem vontade de um grande bife, não perca a nossa

2. **Item:** Posta à Mirandesa,

3. **Descrição:** é um prato tradicional do norte de Portugal.

- É confeccionado: com sal e azeite;
- Como é cozinhado: Grelhado ao momento;
- Qual o molho: Acompanha com molho de vinho tinto;
- Acompanhamentos: Servido com batata assada;

Outro exemplo válido para obter a venda.

Fazemos uma pequena introdução: - "Olá, bem-vindo ao Hotel *Vila Vita Parc*".

- "O meu nome é Mariana. Serei a sua colaboradora durante esta noite".

De seguida, fazemos uma pequena pausa de forma a "sentir" o hóspede, perceber de que tipo de hóspede se trata, a sua idade, entre outros aspetos.

E perguntamos:

- Já teve oportunidade de ver o Menu?
- É a primeira vez que está connosco?
- Posso ajudá-lo no menu?

Devemos deixar o hóspede por um minuto, para poder verificar o menu, e ficarmos atentos ao ritmo dos clientes (se estão apressados ou não).

Outro exemplo da descrição dos *itens*:

Tabela 1 - Descrição dos itens

Nome do Item	Salada Caesar
Primeira impressão (atrair a atenção do hóspede) Exemplos: ➤ Uma das nossas melhores entradas para partilhar; ➤ O meu favorito; ➤ Uma ótima escolha para um dia quente; ➤ O <i>item</i> mais rápido da cozinha.	O sr. já viu a secção das saladas na página da direita, onde irá encontrar as nossas saladas. A mais popular é a Salada <i>Caesar</i> de frango.
Descrição Descrição e preparação do produto alimentar e bebida.	Feito a partir de alface romana fresca e acompanhado com molho de César cremoso caseiro do chefe, servido com um peito de frango grelhado fatiado macio e polvilhado com <i>croutons</i> de alho crocante fresco. A salada é polvilhada com pimenta moída fresca e queijo parmesão,

Fecho da venda	É um clássico!
Exemplo: Excelente escolha.	

Fonte: Própria

Este é um bom exemplo de descrição de como conduzir o diálogo com o cliente para vender. Ir de encontro às necessidades do hóspede, nem sempre é uma tarefa fácil, mas é deveras gratificante quando sentimos que o conseguimos. É o verdadeiro reforço motivacional do nosso trabalho, sentir que o hóspede sai, interiormente, satisfeito com o nosso serviço. A sensação de missão cumprida, da nossa parte, faz-nos sentir, deveras, valorizados.

Partilho convosco um episódio de um hóspede que servi várias vezes no Hotel Marriott. Era um hóspede excêntrico, com pedidos inesperados e que quase sempre nos fazia pedidos que não estavam no menu. Mas sabíamos que os pedidos daquele cliente teriam de ser satisfeitos. Rapidamente, e trabalhando em equipa e com uma boa comunicação entre sala e cozinha, conseguíamos encontrar forma de ir ao encontro dos pedidos do hóspede. Inicialmente, sem ainda conhecer bem o cliente, hesitava tentando perceber o que mais gostaria, tentando ir ao encontro das suas preferências e desejos. O que sempre facilitou o nosso trabalho, e uma vez que se tratava de um hóspede frequente, tendo uma ficha de cliente atualizada, com todos os *itens* do seu agrado de forma a mantermo-los em *stock*, mesmo que este não os solicitasse.

Na preparação do pedido por *Room Service*, para a suite presidencial, tudo era preparado e confeccionado dentro dos *timings*. Os procedimentos no transporte no carrinho até ao quarto feitos de forma o mais eficiente possível. Após 10 minutos da entrega do pedido telefonávamos ao hóspede, questionando se estava tudo bem e se haveria algo mais em que pudessemos ajudar. Na remoção do carrinho obtínhamos o *feedback* da refeição.

Devemos superar-nos todos os dias e fazermos o nosso serviço em função da satisfação do hóspede, tendo a capacidade de nos desafiarmos e ficarmos com a certeza de que estamos no caminho certo.

3. A estratégia do hotel

Baseado no livro *Strategor* no tema das estratégias relacionais, a correta estratégia do Hotel permite classificar as estratégias relacionais em:

- A proteção nacional;
- As «ententes»;
- Os acordos liberais;
- Os clubes de fornecedores do Estado;
- As estratégias político-tecnológicas;
- As estratégias político-sindicais.

Nas estratégias político-sindicais a “empresa procura, ao mesmo tempo, o acordo dos sindicatos e dos poderes públicos para se manter artificialmente com vida, graças a um auxílio múltiplo dos segundos e sacrifícios (ou uma simples moderação) dos primeiros; este tipo de acordo só pode ser temporário e não funciona como um «sistema», diferentemente do precedente.”

Note-se que a estratégia global da empresa possui três dimensões essenciais: a procura da segurança (entendida como o contrário da concorrência), o valor de um domínio de atividade e a competência da empresa nesse mesmo domínio. Essas duas últimas dimensões são as únicas incluídas na maior parte dos modelos que propõem um quadro de análise sob a forma de matriz estratégica.

Para o BCG¹³, o valor é medido pela taxa de crescimento e a competência pela posição concorrencial.

Para ADL ou *Mckinsey*¹⁴, os sistemas de medida são um pouco mais complexos, mas as matrizes mantêm-se bidimensionais. O que a nova política de empresa traz, no plano da estratégia, é a consideração de uma terceira dimensão, até então ignorada pelos modelos clássicos.” Arriscamos a considerar que a terceira dimensão são os hábitos e a consistência.”

¹³O BCG (Boston Consulting Group) é uma matriz de análise estratégica utilizada para avaliar o portfólio de produtos ou serviços de uma empresa. Essa matriz classifica os produtos ou serviços em quatro categorias: estrelas, vacas leiteiras, pontos de interrogação e cães.

¹⁴ Ambas as empresas têm reputação sólida e oferecem serviços de consultoria de alto nível para auxiliar organizações a alcançarem seus objetivos estratégicos e enfrentarem desafios complexos do mercado.

Com esta última dimensão de hábitos e consistência o "Hotel tem direito" de exigir aos empregados que recebam os hóspedes calorosamente, tornando a estadia confortável e desta forma fazer sentir o hóspede especial.

3.1. Como fazer com que o hóspede se sinta especial

Existem três palavras essenciais para a produção deste sentimento: hospitalidade; cortesia; atenção às necessidades dos hóspedes. Vamos focar estes pontos já de seguida:

Hospitalidade: acontece através do tratamento que se dá a cada hóspede, demonstrando que: “Estamos contentes por estar aqui”.

Independentemente das horas, do tipo de roupa do hóspede, do volume de negócios, entre outros, cada hóspede merece e espera o mesmo tipo de serviço qualidade do mesmo.

Cortesia: Naturalmente nas operações de comidas e bebidas, tentamos ser rápidos no serviço durante os períodos de refeições tendo sempre em consideração que o hóspede tem pressa em obter o serviço. Independentemente dos períodos mais atarefados, o serviço é sempre realizado com **cortesia**, lembrando-nos de usar expressões verbais como por exemplo: “obrigado, por favor, desculpe-me, o prazer é meu e bem-vindo senhor”; e modos corretos em termos de linguagem corporal - parar para deixar um hóspede passar antes de continuarmos o nosso caminho; ajudar o cliente a sentar-se puxando a cadeira.

A empatia terá de ser contínua nos nossos gestos de cortesia, assegurando desta forma o sucesso na hospitalidade.

A qualidade do serviço é um dos fatores importantes para o sucesso das operações de comidas e bebidas. Manter um serviço de qualidade é um desafio permanente, ainda mais, tendo em conta o crescimento explosivo da indústria hoteleira. O que distingue as unidades hoteleiras passa essencialmente pela qualidade no serviço.

O serviço de excelência é a ação de dar atenção eficiente, eficaz e pormenorizada às necessidades dos hóspedes. Isto só pode ser feito, através de uma formação adequada, gestão, supervisão, no uso adequado de equipamentos para execução do serviço que o hóspede aprecie.

Devemos ter em mente que o hóspede é a principal razão para todos estarmos aqui.

Os **programas ambiciosos** de hospitalidade, para que sejam bem-sucedidos, dependem do fator humano.

As palavras usadas de forma correta, no tempo adequado fazem com que o conceito da hospitalidade “ganhe vida”.

De seguida serão indicadas algumas políticas a ter em conta na organização do *Room Service*.

4. As políticas de recursos humanos no *Room Service* e lista de verificação

Enquadramento Teórico

As etiquetas de recursos humanos *existem* em todas as profissões. Estas têm regras e o serviço de *Room Service* também as tem.

De seguida, serão descritas as regras mais relevantes e que serão avaliadas no desempenho de todos os colaboradores.

4.1 A sua aparência e higiene: Ter atenção ao corte de cabelo adequado; os sapatos engraxados e polidos; as unhas sempre limpas (preferencialmente curtas); tomar banho duas vezes por dia, antes do trabalho e depois do trabalho; utilizar perfume adequado (que não seja forte); lavar sempre as mãos com sabão depois de utilizar a casa de banho; nunca tocar no nariz ou nos cabelos dentro de um restaurante/quarto ou numa área pública; nunca colocar a mão dentro do bolso quando anda em áreas públicas; nunca se reunir ou permanecer em grupo na central de *Room Service* ou local público onde passem os hóspedes; nunca se apoiar no mobiliário; usar o cotovelo para tapar a boca e o nariz enquanto espirra ou tosse e lavar as mãos imediatamente; nunca recolher qualquer alimento do *buffet* utilizando a mão ou toque durante a sua preparação; utilizar o pano de limpeza com líquido de higienização para limpar o carrinho/bandeja (*spray* com desinfetante); não usar o telemóvel pessoal durante o horário de trabalho.

4.2 Fardas dos colaboradores: Normalmente são atribuídas pela unidade a cada um dos colaboradores e merecem todo o cuidado e estima, sendo, o colaborador, responsável por manter a sua farda limpa, livre de migalhas/nódoas e bem engomada. Apesar das fardas serem na maioria das vezes lavadas e engomadas na lavandaria dos hotéis, o colaborador é responsável por cuidar da mesma e trocá-lo sempre que necessário, cuidando também da sua conservação, sem pontos rotos, linhas soltas ou alterações não autorizadas.

Trata-se de uma regra comum aos hotéis que indica que nada se acrescenta ou subtrai à farda.

As placas de identificação fazem parte da farda e devem ser sempre usadas. A maquilhagem usada deve ser natural, não pesada. As meias que são usadas devem complementar o tom de pele dos colaboradores. As colaboradoras devem ter sutiãs e é proibido o transporte do uniforme fora das instalações do hotel.

Troque a sua farda regularmente na lavandaria do hotel e lembre-se que a farda é propriedade do mesmo. A remoção não autorizada das fardas das instalações do hotel constitui roubo e pode ser motivo de ação disciplinar.

4.3 Os sapatos devem ser de couro preto sem fivelas, bem engraxados e polidos, cobertos desde o dedo do pé ao calcanhar, confortáveis para o colaborador e terem uma altura do calcanhar entre 1cm-3 cm. São recomendados sapatos com apoio e antiderrapantes, complementados com meias da cor dos seus sapatos ou do tom de pele.

4.4 O cabelo, do sexo feminino deve ser natural e estar afastado do rosto. As colaboradoras com os cabelos compridos, devem mantê-los amarrados/puxados para trás cuidadosamente e os acessórios para o cabelo devem ser pretos e mínimos. Caso as colaboradoras usem coloração no cabelo, a mesma deve ser discreta.

O cabelo do sexo masculino não deve ser superior à linha do colarinho do uniforme e as patilhas não devem ser maiores do que de metade do comprimento de cada orelha.

Os colaboradores do sexo masculino devem manter a barba curta e caso usem bigode deverá estar aparado abaixo do lábio superior. No entanto, os bigodes são, no geral, desencorajados.

4.5 As mãos e unhas, devem estar sempre limpas. As unhas deverão ser curtas, com comprimento não superior a 1/4 da ponta do dedo e só deve ser usado verniz incolor.

4.6 O uso de joias no trabalho, é permitido apenas se usar um simples colar e/ou brincos discretos (para colaboradoras, por exemplo, brincos nas orelhas com um tamanho não superiores a ½ orelha). Os brincos não devem ser usados por colaboradores masculinos. É permitido usar uma pulseira simples, mas não é aconselhável por razões de segurança. Permite-se que sejam usados apenas dois anéis numa mão, senão, ou no máximo, três anéis em ambas as mãos. Os *piercings* do nariz são permitidos e podem ser usados apenas para fins religiosos/culturais, como por exemplo, indianos, *hindus*. O relógio, desde que simples, é recomendado, durante o horário de trabalho.

De seguida vamos perceber que os pequenos detalhes fazem a diferença, e a escolha do hóspede de escolher uma determinada unidade hoteleira, reside exatamente, nesses detalhes.

5. O *mise-en-place* e standards do Room Service

A secção de *Room Service* necessita de menus de *Room Service* e de *door-knob*¹⁵ para os pequenos-almoços, utensílios e equipamentos.

O *mise-en-place* necessário para o *Room Service* e os seus *standards* estão descritos nos seguintes pontos e devem ser seguidos por todos os colaboradores:

1. Carrinhos e tabuleiros sempre limpos e arrumados;
2. Boa postura do colaborador;
3. Telefone atendido pelo colaborador dentro de **três** toques;
4. Toda a comida e bebida deve ser verificada antes de ser servida (os copos, talheres e os utensílios de porcelana estão higienizados e decorados corretamente);

¹⁵ Menus de porta.

5. Pequeno-almoço servido dentro de 30 minutos, almoço servido dentro de 20-25 minutos e jantar servido em 30 minutos após o pedido;
6. No caso de atrasos na entrega da comida, pela cozinha ou por qualquer outro motivo, o supervisor/diretor deve ser avisado;
7. Se não for pedida uma garrafa de água, é oferecida água de cortesia;
8. Todos os serviços de refrigerantes e sumos são acompanhados com gelo ao lado;
9. Se o hóspede preferir provar o vinho, os colaboradores, no quarto, devem prontamente servir o vinho de acordo com o *Sandartd Operating Procedure (SOP)*;
10. Se os *itens do menu* não estiverem disponíveis, o hóspede será informado imediatamente antes do pedido;
11. Todos os serviços de café são acompanhados de bolachas;
12. Todos os alimentos que vêm com acompanhamentos, devem ser servidos ao mesmo tempo (Guarnição e molho);
13. Todas as bandejas/carrinhos sujos, depois de receber uma chamada do hóspede para sua remoção, é para ir buscar imediatamente. Ao mesmo tempo pede-se o *feedback* do hóspede sobre a satisfação do serviço;
14. A sobremesa é sugerida ao hóspede se este não a tiver pedido. O mesmo deve ser feito durante o serviço da comida (*up-selling*);
15. A conta é acompanhada por um cartão de comentários e nele já está escrito o nome do hóspede e número de quarto;
16. Nunca utilizar o carrinho de *Room Service* no restaurante no tempo de serviço do mesmo;
17. Ao carregar uma bandeja pesada e passar por um hóspede no corredor devemos pedir com licença;
18. Registrar as quebras dos equipamentos e utensílios, sempre que fizemos o inventário no final do mês;
19. Utilizar sempre os *standards* ao servir os hóspedes;

20. *Check-list* do *Room Service* deve ser feito na abertura e encerramento do mesmo;
21. Planeamento deve ser efetuado no *briefing* de pré-turno;
22. Nunca utilizar os alimentos ou condimentos que sobram para servir o hóspede;
23. A Bandeja e o carrinho estão preparados antes do pequeno-almoço, almoço e jantar e têm a seguinte configuração:
 - Flor, saleiro e pimenteiro, palito dos dentes, cartão de remover, prato a pão com espátula de manteiga, cesto de pão e talheres básicos e guardanapos; (figura 6 – página 30)
24. Verificar sempre as flores antes de serem colocadas no carrinho/bandeja;
25. Verificar sempre o estado de todos os equipamentos;
26. Limpar a despensa, verificar se o horário foi alterado e verificar o básico diário¹⁶;
27. As etiquetas de Recursos Humanos de *Room Service* são informadas no início e no fim do turno;(ver página 21)
28. Nunca deixar o nosso hóspede insatisfeito;
29. Nunca guardar ou ignorar a reclamação do hóspede ou outras medidas que foram tomadas;
30. Exceder as expectativas do hóspede em qualquer circunstância (mesmo que haja muita afluência de serviço);
31. Estar sempre à alerta e conhecer todos os *Very Importante People (VIP)* que estão no hotel e que irão chegar;
32. Estar muito bem informado das especialidades do dia e promoções sobre todas secções do Hotel;
33. Conhecer toda a carta de *Room Service* para responder ao hóspede;
34. Todas as comidas, bebidas e pedidos devem estar cobertos;
35. Todos os molhos e condimentos devem ser cobertos ou selados de acordo com a lei;

¹⁶ Aqui há informações dos grupos in *house*, *VIP 'S*, taxa de ocupação do Hotel, as promoções entre outros serviços.

36. Preparar a chegada de um *amenity* do hóspede com o estatuto *VIP*, o hóspede por exemplo é *VIP 1*, então a *amenity* deve ser *VIP 1*. (anexo I - página 174)
37. Certificar-se que os alimentos quentes vão acondicionados na *hot box*¹⁷; (figura 12 – página 47)
38. Verificar a fruta disponível para o dia seguir de maneira que o hóspede possa ter a possibilidade de escolher;
39. Certificar-se que todos os pedidos feitos do *door-knob* (vocabulário técnico - página 111) que ficaram nas maçanetas da porta dos quartos são servidos a tempo, conforme pedido do hóspede; (anexo VI - página 191)
40. Garantir que o turno noturno recolheu os pedidos de pequeno-almoço feito no *door-knob* que ficaram nas maçanetas dos quartos do lado de fora. Estes são recolhidos até as 5 horas da manhã, desta forma, temos tempo de preparar os pedidos em conformidade.

De seguida, damos um exemplo de *check list* no período de pequeno-almoço que nos ajudará a manter a consistência e organização no serviço.

6. O *check list* do *Room Service* no período de pequeno-almoço

O *check list* é uma lista que contém a organização de secção *Room Service*, onde observamos o que é mais importante para evitarmos esquecimentos e mantermos a consistência no serviço.

Tabela 2 - *Check list Room Service*

Nº	Data:			
	Confirmado:			
	<u>Início do turno</u>	☐	☐	Escreva a Razão
	<u>Informação</u>			
1	Nº de <i>VIP</i> a chegar			
2	Nº de <i>VIP</i> em casa			
3	<i>F&B Item 86 – itens</i> indisponíveis para o pequeno-almoço			
4	Lua de Mel do hóspede			
5	Aniversário do hóspede			
	Atribuição tarefas	☐	☐	Escreva a Razão
1	Tirar pedidos			
2	<i>Set-up</i> cestos de fruta			

¹⁷ Caixa onde se acondiciona alimento quentes.

3	<i>Food Runner</i>			
Aparência e primeira impressão		☐	☐	Escreva a Razão
1	Todos os sapatos dos empregados estão limpos			
2	Todos os empregados têm corte de cabelo adequado			
3	Todos os empregados têm unhas curtas e limpas			
4	Os empregados usam perfume adequado não forte			
5	Certifique-se de que os empregados não têm cheiro na axila			
6	Certifique-se de que todos os empregados são informados sobre a postura corporal			
7	Certifique-se de que os <i>softwares micros</i> estão funcionando			
8	O ar condicionado da secção está a funcionar			
Chão, Parede e Luz		☐	☐	Escreva a Razão
1	Todos os pisos estão em boas condições			
2	Toda a luz está a funcionar			
3	A parede está em boas condições			
Set-up da bandeja de pequeno-almoço		☐	☐	Escreva a Razão
1	Todas as bandejas estão limpas e em boas condições			
2	Todos os solitários estão limpos e as flores estão frescas			
3	Todos os recipientes de sal e pimenta são limpos e funcionam bem			
4	Pauzinhos e cobertura estão em boas condições			
5	Todos os talheres estão limpos			
6	Todos os guardanapos estão bem dobrados e em bom estado			
7	Todas as chávenas de café e pires estão limpas			
8	Palitos dos dentes e recipientes limpos			
9	O cartão de remoção da bandeja está limpo			
10	O prato a pão e espátula de manteiga está limpa e em bom estado			
11	Recipiente de açúcar e açúcares estão bem preparados e em boas condições			
12	Individuais para colocar nos tabuleiros estão limpos e engomados			
13	Compotas, manteiga e leite estão disponíveis no refrigerador e dentro da validade			
14	O cesto do pão está limpo e em bom estado			

Tabela 3 - Set-up do carrinho

Set-up do carrinho		☐	☐	Escreva a Razão
1	Todos os carrinhos estão prontos e no lugar certo			
2	Todos os carrinhos estão limpos e em boas condições			
3	Todos os solitários estão limpos e têm flores frescas			
4	Todos os recipientes de sal e pimenta estão limpos e a funcionar bem			
5	Os pauzinhos e a cobertura estão em boas condições			
6	Todos os talheres estão limpos			
7	Todos os guardanapos são dobrados de forma direita e estão em bom estado			
8	Prato a pão e espátula de manteiga estão em boas condições e higienizados			
9	Todos os copos de água estão higienizados			
10	Todas as chávenas de café e pires estão higienizadas			
11	Suporte de palitos dos dentes e palitos estão higienizados			
12	O cartão de remoção do carrinho está limpo e em bom estado			
13	A cobertura ou <i>cloche</i> da comida está limpa			
14	As compotas, manteiga e leite estão disponíveis no refrigerador e dentro da validade			
15	O cesto do pão está limpo e em bom estado			
Mise-en-place		☐	☐	Escreva a Razão
1	Todos os talheres estão higienizados e colocados em guardanapos dobrados (Talheres de prato principal)			
2	Pratos estão limpos e preparados de acordo com a ocupação do hotel			
3	Cesto de frutas ou prato são preparados de acordo com a ocupação do hotel			
4	Dobra guardanapo pronto para colocar o recipiente dos palitos dos dentes			

1x Suporte de sal	1x Termo de leite grande	
1x Suporte de pimenta	2x Chávena de café	
1x Suporte de palitos dos dentes	2x Natas para café	
1x Cartão de remover	2 x Colheres de café	
4x Compotas	2x Guardanapos	
4x Manteigas	2x Pratos a pão	
2x Copo de sumo	2x Espátula de manteiga	
1x Cesto de pão grande	2x Facas de sobremesa	
1x Termo de café	2x Garfos de sobremesa	
1x Seleção de açúcar		

Figura 2 - Set-up bandeja de pequeno-almoço continental para dois hóspedes.

7.3 Pequeno-almoço americano para **um** hóspede

Quantidade e Item		
1x Suporte de sal	1x Chávena de café	
1x Suporte de pimenta	1x Natas para café	
1x Suporte de palitos dos dentes	1x Colher de café	
1x Cartão de remover	1x Guardanapo	
4x Compotas	1x Prato a pão	
4x Manteigas	1x Faca de manteiga	
1x Copo a sumo	1x Faca de sobremesa	
1x Cesto de pão	1x Garfo de sobremesa	
1x Termo de café	1x Colher de sobremesa	
1x Seleção de açúcar	1x Faca de jantar	
1x Termo de leite	1x Garfo de jantar	

Figura 3 - Set-up pequeno-almoço americano para um hóspede.

7.4 Pequeno-almoço americano para **dois** hóspedes

Quantidade e Item		
1x Suporte de sal	2x Chávenas de café	
1x Suporte de pimenta	2x Natas para café	
1x Suporte de palitos dos dentes	2x Colheres de chá	
1x Cartão de remover	2x Guardanapos	
4x Compotas	2x Pratos a pão	
4x Manteigas	2x Espátulas de manteiga	
2x Copo a sumo	2x Facas de sobremesa	
1x Cesto de pão grande	2x Garfos de sobremesa	
1x Termo de café	2x Colheres de sobremesa	
1x Seleção de açúcar	2x Facas de jantar	

1x Termo de leite grande	2x Garfos de jantar	

Figura 4 - Set-up pequeno-almoço americano para dois hóspedes.

7.5 Um hambúrguer para **um** hóspede

Quantidade e Item		
1x Suporte de sal	1x Copo a água	
1x Suporte de pimenta	1x Guardanapo	
1x Suporte de palitos dos dentes	1x Faca de jantar	
1x Cartão de remover	1x Garfo de jantar	

Figura 5 - Set-up de um hambúrguer para um hóspede.

7.6 Quatro pratos para **dois** hóspedes

Quantidade e Item		
1x Suporte de sal	2x Guardanapos	
1x Suporte de pimenta	2x Pratos a pão	
1x Suporte de palitos dos dentes	2x Espátulas de manteiga	
1x Cartão de remover	2x Facas de sobremesa	
4x Manteigas	2x Garfos de sobremesa	
1x Cesto de pão grande	2x Facas de jantar	
2x Copos de água	2x Garfos de jantar	

Figura 6 -Set-up quatro pratos para dois hóspedes.

7.7 Três pratos e vinho tinto para **um** hóspede

Quantidade e Item	
1x Suporte de sal	1x Guardanapo
1x Suporte de pimenta	1x Prato a pão
1x Suporte de palitos dos dentes	1x Espátula de manteiga
1x Cartão de remover	2x Facas de sobremesa
4x Manteigas	2x Garfos de sobremesa
1x Cesto do pão	1x Faca de jantar
1x Copo a água	1x Garfo de jantar
1x Copo de vinho	



Figura 7 - Set-up três pratos e vinho tinto para um hóspede.

7.8 Seis pratos e vinho tinto para **dois** hóspedes

Quantidade e Item	
1x Suporte de sal	2x Guardanapo
1x Suporte de pimenta	2x Prato a pão
1x Suporte de palitos dos dentes	2x Espátula de manteiga
1x Cartão de remover	2x Colheres de sopa
4x Manteigas	2x Facas de jantar
1x Cesto de pão grande	2x Garfos de jantar
2x Copos de água	2x Faca de sobremesa
2x Copos de vinho tinto	2x Garfo de sobremesa



Figura 8 -Set-up seis pratos e vinho tinto para dois hóspedes.

7.9 Uma garrafa de vinho tinto para **dois** hóspedes

Quantidade	Item
1	Bandeja
1	Pano de serviço
1	Saca-rolhas
1	Cartão remover
2	Copo de vinho tinto
2	Bases-copos
2	Tapa copos
1	Garrafa de vinho tinto
1	Pires



Figura 9 - Set-up uma garrafa de vinho tinto para dois hóspedes.

7.10 Uma garrafa de vinho branco para **dois** hóspedes

Quantidade	Item
1	Bandeja
1	Pano de serviço
1	Saca-rolhas
1	Cartão de remover
2	Copo de vinho branco
2	Bases-copos
2	Tapa copos
1	Garrafa de vinho branco
1	Pires
1	Balde de gelo



Figura 10 - Set-up uma garrafa de vinho branco para dois hóspedes.

7.11 Uma garrafa de vinho espumante para **dois** hóspedes

Quantidade	Item
1	Bandeja
1	Pano de serviço
1	Saca-rolhas
1	Cartão de remover
2	Flutes
2	Base-copos
2	Cobertura de copo
1	Garrafa de vinho espumante
1	Pires
1	Balde de gelo



Figura 11 - Set-up uma garrafa de vinho espumante para dois hóspedes.

Tendo finalizado o *set-up* dos carrinhos e bandejas de *Room Service* iremos, de seguida, abordar um tema não menos importante - a hospitalidade telefónica.

8. A hospitalidade telefónica no *Room Service*

O fator mais importante a ter em conta na hospitalidade telefónica é que o hóspede é apenas um potencial cliente. A nossa capacidade de atender as necessidades do hóspede de uma forma amigável, cortês e eficiente é o que transforma o hóspede no nosso cliente.

Existem certas competências e técnicas associadas à boa hospitalidade telefónica, no entanto, devemos considerar que o conceito de hospitalidade vai além das técnicas. Devemos

ter um interesse sincero nos hóspedes e um verdadeiro desejo de ajudar. As pessoas que não o fazem podem pronunciar as palavras certas, mas o seu tom de voz transmite um olhar de desinteresse e de impaciência que ofusca as palavras certas.

As competências de comunicar a nossa mensagem em situações presenciais, como vestuário, gestos, expressões faciais e a linguagem corporal não podem ser usadas na comunicação telefónica, por isso, é essencial ter em conta aspetos essenciais para satisfazer as necessidades dos hóspedes quando estamos ao telefone.

8.1. As competências da Hospitalidade Telefónica

Simplemente saber fazer o seu trabalho não é suficiente, a informação tem de ser recolhida e preparada para satisfazer as necessidades e expectativas do hóspede. Portanto, o conjunto de competências mais importante está num processo de comunicação eficaz que acontece em quatro etapas.

São elas:

1. Escutar;
2. Questionar;
3. Confirmar;
4. Explicar.

8.1.1 Escutar

O contrário de escutar é o ato de as pessoas falarem umas por cima das outras. A comunicação só ocorre quando as pessoas se ouvem e fazem um esforço para responder ao que a outra pessoa está a dizer. Desta forma, a comunicação torna-se então um diálogo e não dois monólogos separados.

Escutar ativamente requer uma atenção total na outra pessoa e uma vontade de ouvir tudo o que é dito. Uma das barreiras mais comuns à escuta eficaz é ouvir apenas o que se quer ouvir. A boa comunicação exige concentração nos seus objetivos e nos objetivos do emissor. A sua

credibilidade estará dependente da eficácia e precisão das suas respostas aos comentários e perguntas dos emissores.

Escutar o que o hóspede quer ou procura e só depois organizar a resposta de forma a responder ao hóspede de forma precisa, simples, colocada e organizada.

Sugestão de escuta ativa:

A – Ouvir e Compreender;

B – Pensar, organizar a resposta e explicar ou responder;

C – Escutar.

Só depois de passarmos este processo é que falamos ao hóspede e o questionamos.

8.1.2 Questionar

As perguntas são cruciais para o processo de comunicação. Isto demonstra não só que recolheu a informação que precisa, mas também que obteve mais informações sobre o significado ou sentimento das pessoas sobre uma situação. A pergunta demonstra que tem interesse nos comentários ou sentimentos do ouvinte e reconhece o emissor como um indivíduo.

A competência de fazer perguntas garantem uma profundidade na compreensão antes de responder ao que presume ter ouvido.

8.1.3 Confirmação

Confirmar é um passo que muitas vezes se perde, mas que é verdadeiramente essencial. Só assim temos certeza que o que compreendemos é exatamente o que o hóspede pretende.

Para confirmar o pedido, devemos reformular o que ouvimos e perguntar se o que apontou/compreendeu está correto.

A melhor maneira de garantir que compreende o que a outra pessoa está a dizer é perguntar. Este passo é duplamente importante no seu trabalho porque a sua eficiência e credibilidade dependem da recolha e da informação completa e precisa.

8.1.4 Explicação

Explicar é uma competência importante. Só a capacidade de falar sobre um assunto de uma forma lógica, clara e breve usando o entusiasmo permite manter o interesse do interlocutor.

O hóspede que o ouve, quer e espera que explique da melhor forma possível.

8.2 Etiqueta telefónica ao falar

Ao falarmos ao telefone, é importante lembrar que não existe vantagem em ver a nossa expressão facial, porque ela facilmente é sentida e percebida por quem nos escuta. Consequentemente, as palavras e o tom de voz devem ser selecionados com mais cuidado. É importante que nunca esqueça que uma simples conversa telefónica pode alterar a opinião de um hóspede, ou a opinião do seu hotel. Deveremos fazer uma autocrítica ao nosso trabalho e questionarmo-nos, a nós próprios: “- É assim que eu gostaria de ser tratado se eu fosse um convidado?”. Como resultado, é imperativo que sejamos atenciosos e usemos as melhores técnicas ao telefone, em todos os momentos.

Ora vejamos alguns pontos que não podemos esquecer:

1. Dar sempre ao hóspede a oportunidade de responder. Ouvir o hóspede;
2. Usar, sempre, palavras que transmitam uma perspetiva positiva e otimista, tendo sempre uma postura assertiva;
3. Identificar-se e indicar a sua localização ao atender o telefone, adicionando uma calorosa saudação e uma saudação de encerramento, como exemplo: “- Boa tarde, *Room Service*, o meu nome é Mariana, como posso ajudá-lo?... Obrigado por ligar.... Tenha um dia agradável;”
4. Se houver uma situação em que se justifique, por exemplo, acaso o hóspede necessite de assistência adicional, ofereça ao hóspede os seus serviços no futuro ou dê-lhe o seu nome ou outro nome que o possa substituir na sua ausência;
5. Quando se coloca um hóspede em espera, devemos fazê-lo sempre de forma educada e hospitaleira. Por exemplo: “- Boa tarde, *Room Service*, fala a Mariana, todas as linhas

estão ocupadas, pode aguardar um momento, por favor?’. Dar ao hóspede a oportunidade de responder ao seu pedido. Se a resposta for positiva, obtemos o nome do hóspede e o número do telefone/quarto para que possamos ligar de volta o mais rápido possível. Se esta alternativa falhar, fazemos o melhor para anotar o pedido do hóspede o mais rápido possível;

6. Se o hóspede aceitou o pedido de esperar, teremos de o voltar a contactar o mais rapidamente possível;
7. Quando o hóspede solicita o serviço de outro departamento no hotel, devemos tentar ajudá-lo, tirando o pedido nós mesmos. Em alternativa, se estivermos demasiado ocupados para o fazer indicamos a extensão adequada. Nunca devemos dar a impressão de que estamos a "empurrar/despachar" o hóspede. Devemos tomar sempre a iniciativa... se conseguirmos ser úteis para o hóspede, então façamo-lo usando todos os meios que temos ao nosso alcance.

E não devemos esquecer de fazer bem da primeira vez, pois podemos não conseguir uma segunda oportunidade. Por isso, também é importante conhecermos e abordarmos a etiqueta telefónica. Ora vejamos nos seguintes pontos.

8.3 A síntese da etiqueta telefónica e orientações ao telefone

As orientações para a etiqueta telefónica que vamos abordar são:

- Primeira Impressão;
- Tom de voz:
 - Sorriso ao telefone;
 - Sincero;
 - Confiante.
- Ritmo;
- Clareza;
- Cortês;

- Utilização do nome do hóspede;
- "Por favor";
- "Obrigado".
- A hospitalidade.

É importante usar estas orientações sempre que estivermos a falar ao telefone com o hóspede. Temos que ter ação, atitudes que demonstram que o cliente é o mais importante e que estamos a trabalhar para ele. A primeira impressão criada entre o colaborador e o hóspede é fundamental e mesmo sem nos ver o hóspede consegue sentir o nosso sorriso, a nossa sinceridade e a nossa confiança. A forma clara de comunicarmos juntamente com o entusiasmo, a forma como entoamos o nosso discurso são fundamentais para chegarmos ao cliente e irmos de encontro ao que pretende. A cortesia é fundamental para tornarmos a hospitalidade possível, por isso nunca deve ser esquecida.

9. O fluxo do *Room Service*

O fluxo é a designação do que se movimenta de modo contínuo.

Vamos explicar em detalhe os *standards* durante o serviço verificando várias ações como: tirar o pedido; inserir o pedido; preparar as bandejas e carrinhos com os alimentos e bebidas; o serviço dentro do quarto; a entrada no quarto; servir a comida no quarto; fechar a conta do hóspede, memorizar e fazer o registo na folha principal de controlo e remover o carrinho e a bandeja do quarto ou corredor.

9.1 Tirar o pedido é a primeira ação. Esta é muito importante para o sucesso do serviço de quartos.

Como tirar o pedido no *Room Service*?

-  Atender o telefone dentro de três toques;
-  Cumprimentar o hóspede, como por exemplo: "Bom dia, *Room Service*, fala a Mariana, como posso ajudá-lo. (Sr. Gonçalves)";
-  Ouvir o pedido do hóspede, recolher informações, escrever o pedido;

- + Repetir o pedido e o número do quarto;
- + Por exemplo: "Posso repetir o seu pedido, por favor?";
- + "Sr. Gonçalves está no quarto 1122 e o Sr. gostaria de ter uma salada *ceaser*. Está correto?";
- + Agradecer ao hóspede pelo pedido e informar o hóspede pelo tempo aproximado de entrega;

Por exemplo: Muito obrigado Sr. Gonçalves, a sua comida será servida em 30 minutos, está bem para si;

- + Certificar-se que desliga o telefone depois que o hóspede o faça em primeiro lugar.

9.2 Inserir o pedido com o cartão *Micros* no *Room Service*.

- + Inserir o pedido no *Micros*;
- + Colocar o número do quarto;
- + Inserir os *itens*;
- + Verificar com a cozinha: certificar-se de que a cozinha recebe o pedido e o prepara.
- + Verificar duas vezes o registo do pedido e confirmar a conta antes de a imprimir;
- + Imprimir a conta, e colocar no porta contas com uma caneta do hotel, certificando se de que esta está limpa, e em boas condições para escrever.

9.3 Preparação da bandeja de *Room Service*.

- + Bandejas limpas e em boas condições;
- + Solitários de flores limpos e flores frescas;
- + Recipientes de sal e pimenta limpos e a funcionar bem;
- + Pauzinhos e cobertura em boas condições (se aplicável);
- + Talheres limpos e preparados de acordo com os *itens* encomendados e o número de hóspedes;

- ✚ Todos os guardanapos dobrados na forma direita e bem engomados;
- ✚ Preparar molhos e condimentos com cobertura;
- ✚ Preparar o pão, a manteiga e garantir que a manteiga e as compotas estão seladas e dentro da validade;
- ✚ Prato a pão e a espátula de manteiga sempre limpos e em bom estado;
- ✚ Individual limpo e bem engomado;
- ✚ Assegurar que a *cloche* para tapar a comida está higienizada;
- ✚ Certificar-se que o cesto de pão está limpo e em bom estado;
- ✚ Assegurar-se que o cartão de remoção¹⁹ está limpo e em bom estado.

9.3.1. Preparar a bebida para a bandeja de *Room Service*

- ✚ Se o hóspede não pediu garrafa de água, prepara-se a garrafa de água em conformidade e oferece-se;
- ✚ Certificar-se que todas as bebidas que servimos têm decoração, copo está higienizado, tem palha de massa e o mexedor para envolver as bebidas dentro do copo.
- ✚ Os refrigerantes devem acompanhar o gelo à parte;
- ✚ Todas as bebidas devem ser servidas com tapa copos.
- ✚ Certificar-se que a conta está certa e é impressa à parte vinda da secção do bar (Para controlar a saídas de *itens*, é importante registar a bebida na secção do bar onde esta saiu e transferir a conta para a secção do *Room Service*).

9.3.2. Preparar os *itens* para transportar na bandeja

- ✚ Recolher primeiro todos os alimentos frios antes dos alimentos quentes, exceto os gelados que devem ser recolhidos no final;

¹⁹ Exemplo de cartão de remoção em anexo.

- + Verificar se os *itens* estão corretos, corrigir e limpar a louça se for necessário, verificar a decoração e se os alimentos estão corretos com o pedido do colaborador e a impressão que saiu na cozinha;
- + Certificar-se que os alimentos frios estão entre os 0° c a 5° c e os alimentos quentes estão com temperatura superior ou igual a 65° c;
- + Certificar-se que todos os alimentos estão cobertos.

9.4 Preparação do carrinho de *Room Service*

- + Certificar-se de que o carrinho está limpo e em boas condições;
- + Ligar a *Hot box*;
- + Solitários ou vasos de flores limpos e com flores frescas;
- + Recipientes de sal e pimenta limpos e a funcionar bem;
- + Talheres limpos e preparados de acordo com a ordem alimentar e o número de hóspedes;
- + Pauzinhos e a cobertura em boas condições (se aplicável);
- + Todos os guardanapos engomados e dobrados de forma direita;
- + Preparar o molho e condimentos com cobertura;
- + Preparar o pão, a manteiga e as compotas e verificar que estão seladas e dentro da validade;
- + Prato a pão e espátula de manteiga higienizados e em bom estado;
- + Toalha de mesa limpa e bem engomada;
- + *Cloche* limpa;
- + Cesto do pão limpo;
- + Cartão de remoção limpo e em boas condições;
- + Verificar duas vezes qualquer falta antes do transporte;

9.4.1. Preparar o carrinho de *Room Service* com a bebida

- + Se o hóspede não pedir uma garrafa de água, prepara-se a garrafa de água em conformidade e oferece-se;
- + Certificar-se que todas as bebidas são servidas com a decoração, se o copo está limpo, se tem palha de massa e mexedor
- + Verificar se a conta está correta e se é impressa à parte, vinda da secção do bar;
- + Refrigerante e sumo devem ser acompanhados com gelo ao lado;
- + Todas as bebidas devem ser servidas com cobertura de copo;

9.4.2. Preparar o carrinho de *Room Service* para transportar comida

- + Recolher primeiro todos os alimentos frios antes da comida quente, exceto os gelados que devem ser levados no final;
- + Verificar se o *item* de comida está correto, os utensílios e aos pratos estão corretos e limpos, a decoração, ingredientes que o empregado inseriu esta em conformidade com a impressão da cozinha;
- + Certificar-se que os alimentos frios estão entre os 0° a 5° c e os alimentos quentes estão temperatura superior ou igual a 65° c;
- + Certificar-se que toda a comida está coberta com a *cloche* ou película;
- + Certificar-se de que os alimentos quentes são colocados na *hot box*;
- + Verificar todo o pedido antes do transporte;

9.4.3. Serviço de transporte do carrinho de *Room Service*

- + Empurrar o carrinho com ambas as mãos suavemente desde a área do *Room Service*, quando chegamos a qualquer porta devemos puxá-la sempre e não empurrar evitando deste modo acidentes;
- + Utilizar os elevadores de serviço para a entrega de refeições aos hóspedes;
- + Nunca empurrar o carrinho sobre o elevador, puxar sempre de modo a evitar acidentes;

a) Depois de entrar com o carrinho na cabine do elevador, libertar o botão de paragem para este funcionar normalmente e, em seguida, pressionar o número do andar do quarto onde é para servir o pedido;

b) Quando a porta do elevador se abrir, pressionar o botão de paragem, virar as costas contra a porta, recuar lentamente e puxar o carrinho com ambas as mãos estando ciente do nível do chão que é algumas vezes diferente do elevador de serviço;

c) Depois de tirar o carrinho do elevador, libertar o botão de paragem para o funcionamento normal;

d) Certificar-se que está no andar certo enquanto prossegue para o quarto do hóspede;

e) Verificar o número do quarto na conta do hóspede;

9.5 O serviço no quarto dos hóspedes e entrar no quarto dos Hóspedes

✚ Bater firmemente três vezes na porta do hóspede ou campainha;

a) Anunciar-se;

b) Falar baixo, especialmente nas primeiras horas da manhã ou hora de deitar;

c) Aguardar dez segundos para que o hóspede responda;

d) Se não houver resposta, bater à porta ou pressionar o botão da campainha da porta e esperar;

e) Se ainda não houver resposta, usar o telefone da dispensa do piso para ligar à central de *Room Service* para verificar o número do quarto;

✚ Se o hóspede estiver dentro do quarto, devemos esperar até que o hóspede abra a porta. Quando abrir a porta devemos estar preparados para chamar o hóspede pelo nome ["Bom dia (tarde/noite), Sr. Gonçalves"];

✚ Apresentar-se: "Bom dia, Sr. Gonçalves. O meu nome é Mariana, este é o seu pedido de pequeno-almoço/almoço ou jantar. Posso entrar e servir o seu pequeno-almoço/almoço ou jantar";

✚ Entregar ao hóspede o jornal (se aplicável) receba bem o hóspede;

- ✚ Usar socacos na porta, se necessário, para manter a porta aberta enquanto transporta a mesa para dentro do quarto;
- ✚ Entrar com cuidado com a bandeja ou carrinho, não deixando a porta bater;

9.6 Servir a comida no quarto dos Hóspedes

- ✚ Colocar o carrinho ou a bandeja na área pré-determinada, salvo especificação em contrário do hóspede;

Por exemplo: "Onde posso deixar o seu pedido, Sr. Gonçalves?"

- ✚ Não colocar a bandeja nem o carrinho com a cadeira virada para a parede;
- ✚ Colocar o pedido na direção à TV se o hóspede estiver a ver televisão ou em direção à vista da janela;
- ✚ Abrir cuidadosamente a segunda aba do carrinho e reorganizar o pedido na mesa;
- ✚ Ajudar o hóspede a mover qualquer mobiliário. Se necessário, mover a cadeira para o local onde se vai sentar;
- ✚ Se o pedido for entregue com uma bandeja, deve ser sempre colocado o pedido fora da bandeja e deixar a bandeja no quarto para facilitar a remoção;

1. Organizar o pedido pelo número de pessoas;

a) Abrir as asas do carrinho;

b) Mover e reorganizar o *set-up* um pouco mais para baixo para uma boa apresentação ao hóspede;

c) Convidar os hóspedes a sentarem-se dizendo "Sente-se, por favor";

d) As senhoras devem sentar-se primeiro viradas para a vista da janela, os cavalheiros sentar-se-ão em último lugar;

2. Servir a comida.

a) Os alimentos frios devem ser colocados por cima do carrinho;

b) Oferecermo-nos para servir acompanhamentos ou molhos sobre os alimentos do hóspede;

c) Organizar o espaço de acordo com o procedimento treinado;

d) Tirar a comida quente da *hot box*. Se o hóspede preferir mantê-la na *hot box* e tirá-la mais tarde: assim sendo instrua-o como funciona a *hot box* para mais tarde o hóspede a tirar;

e) Identificar e descrever cada prato ao hóspede dizendo: "Este é o seu *croissant* acompanhado por uma seleção de compotas e isto é o prato de fruta da época laminada Sr. Gonçalves";

f) Oferecemo-nos para servir café, abrir alimentos embalados ou servir os cereais;

g) Servir o vinho ao hóspede;

- Trazer um saca-rolhas de alta qualidade e pano de serviço (lito) para o serviço de vinhos;

3. Utilizar a técnica da venda sugestiva enquanto está no quarto do hóspede. Oportunidade de fazer *up-selling*.

- Se não for pedido vinho, sugerir na venda;

- Se a sobremesa não for pedida, sugerir a sobremesa

- À noite, indicar que o *door-knob* (página 190) com o menu do pequeno-almoço pode ficar na maçaneta da porta. Desta forma, é feita uma pré-encomenda do pequeno-almoço selecionado pelo hóspede;

✚ Oferecer assistência adicional ao hóspede;

Depois de ter servido o hóspede, perguntar educadamente se precisa de mais assistência dizendo "Posso trazer mais alguma coisa, Sr. Gonçalves?";

✚ Apresentar a conta para assinar, apresentando-a no porta contas com a caneta do hotel, para que o hóspede assine;

✚ Agradecer ao hóspede e informá-lo do funcionamento da remoção do carrinho. Por exemplo: "Muito obrigado Sr. Gonçalves, por favor, aproveite a sua refeição. Quando terminar, avise-nos, por favor para procedermos à remoção do carrinho. Tenha um bom dia!"

- ✚ Fechar cuidadosamente a porta sem bater;

9.7 Fechar a conta do hóspede

- ✚ O colaborador deverá certificar-se que as contas do hóspede são fechadas imediatamente. (Evitar o *check-out* do hóspede sem debitar a conta no quarto do hóspede);

9.8 Memorizar onde foi feito *Room Service* e fazer o registo na folha principal de controlo

- ✚ O colaborador do *Room Service* deverá registar na folha principal de controlo o que serviu no quarto dos hóspedes;

9.9 Remoção da bandeja e do carrinho

- ✚ A lista de verificação das refeições entregues nos quartos de hóspedes deve ser verificada com frequência para se certificar de que os tabuleiros e o carrinho são recolhidos após a entrega;
- ✚ O empregado do *Room Service* deve verificar regularmente os corredores do piso caso o hóspede tenha colocado a bandeja ou o carrinho fora do quarto;
- ✚ Se o hóspede pedir a remoção da bandeja ou do carrinho, a bandeja ou o carrinho devem ser removidos no prazo de 15 minutos após a chamada do hóspede;
- ✚ Antes de entrar no quarto de hóspedes, bater à porta firmemente primeiro e, em seguida, receber o hóspede num tom adequado;
 - Bater firmemente três vezes na porta do hóspede:
 1. Anunciar-se: "Bom dia/tarde/noite, *Room Service*";
 2. Falar baixo;
 3. Aguardar 10 segundos para que o hóspede responda;
 4. Se não houver resposta, bater de novo e aguardar

- + Saudação ao hóspede.

Por exemplo: “Bom dia, Sr. Gonçalves, posso entrar no seu quarto e recolher a bandeja/carrinho”;

- + Perguntar ao hóspede pela satisfação alimentar.

Por exemplo: “Sr. Gonçalves como foi o seu Pequeno-Almoço/Almoço/Jantar?”;

- + No quarto dos hóspedes pegar na bandeja ou no carrinho cuidadosamente e tentar não perturbar;

- + Antes de sair do quarto, agradecemos e desejamos que tenha um bom dia.

Por exemplo: "Obrigado Sr. Gonçalves, tenha um bom dia";

- + Fechar cuidadosamente a porta sem bater.

9.10 Nota importante para o empregado

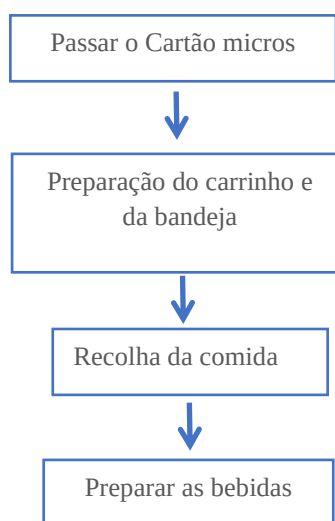
- + Depois de ligar para a central de *Room Service*, se o hóspede não estiver no quarto, deve notificar a *Housekeeping* para abrir a porta e recolher o lixo/carrinhos/bandeja;
- + Após a limpeza, no quarto, dos utensílios e equipamento de *Room Service*, verificar os utensílios de acordo com a lista e, em seguida, fazer um registo na lista de verificação. Só depois se devem enviar os talheres sujos para a área de *stewarding*;

10. Como apresentar a refeição no quarto

Para a apresentação da refeição no quarto temos que ter em conta a:

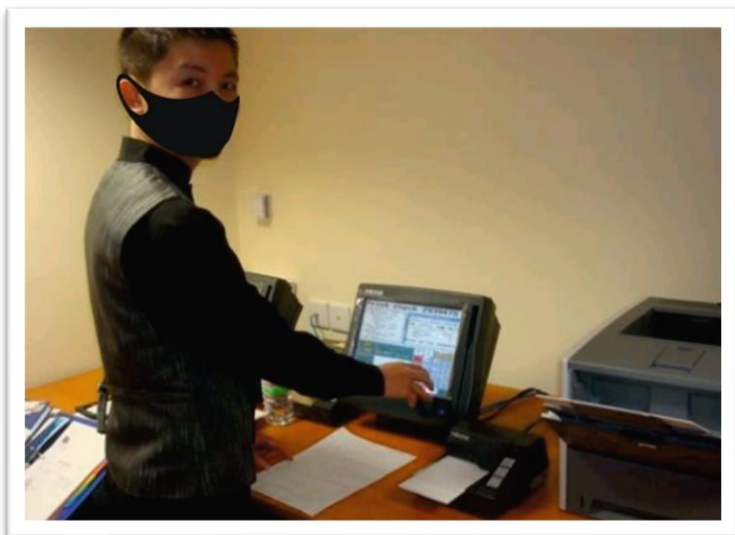
- 1.** Preparação;
- 2.** Transporte;
- 3.** Serviço no quarto dos hóspedes;
- 4.** Memorizar, recolher o equipamento e utensílios.

10.1 Na preparação



Ligar a *hot box*.

Figura 12 - Ligar a hot box.



Inserir o pedido em micros.

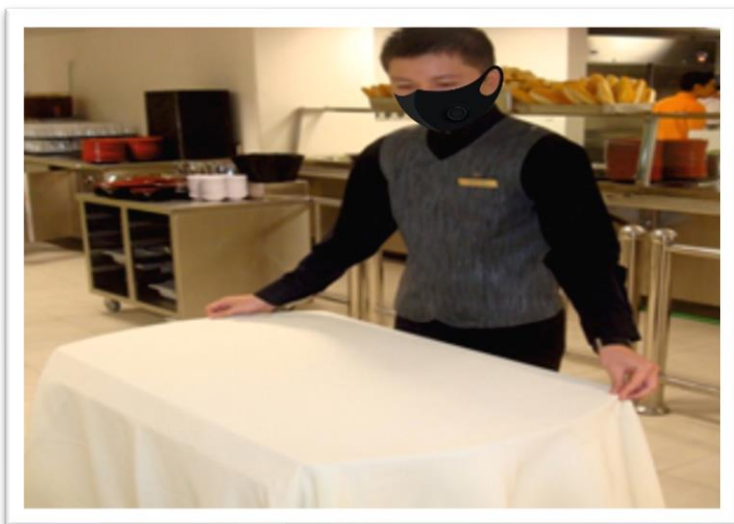
Passar o cartão no *software micros* e imprimir a conta.

Figura 13 - Passar o cartão micros e imprimir.



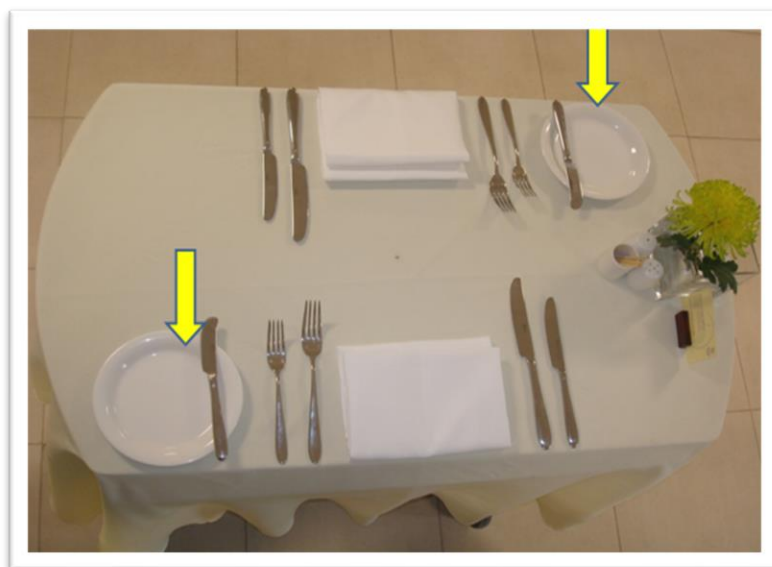
A conta deve ser colocada no porta-contas com caneta do hotel.

Figura 14 - Colocar a conta no porta contas.



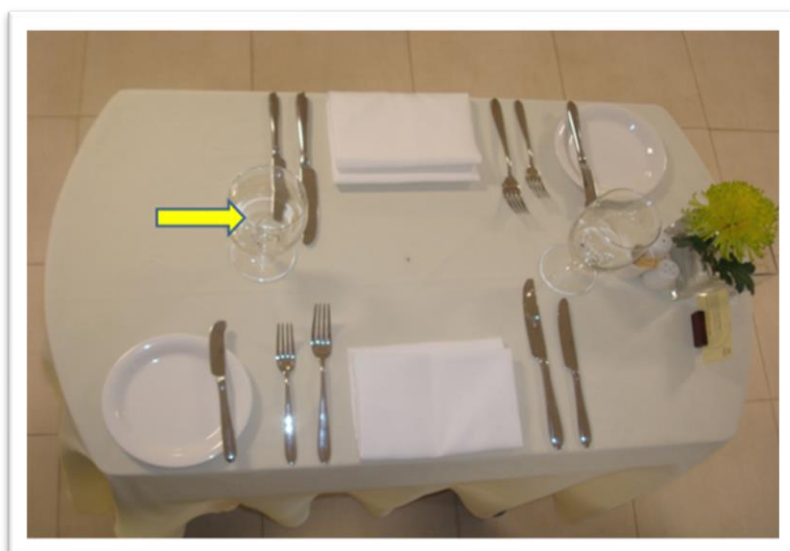
Preparar o carrinho, talheres e condimento.
Transportar o carrinho e preparar a toalha.

Figura 15 - Preparar o mise-en-place.



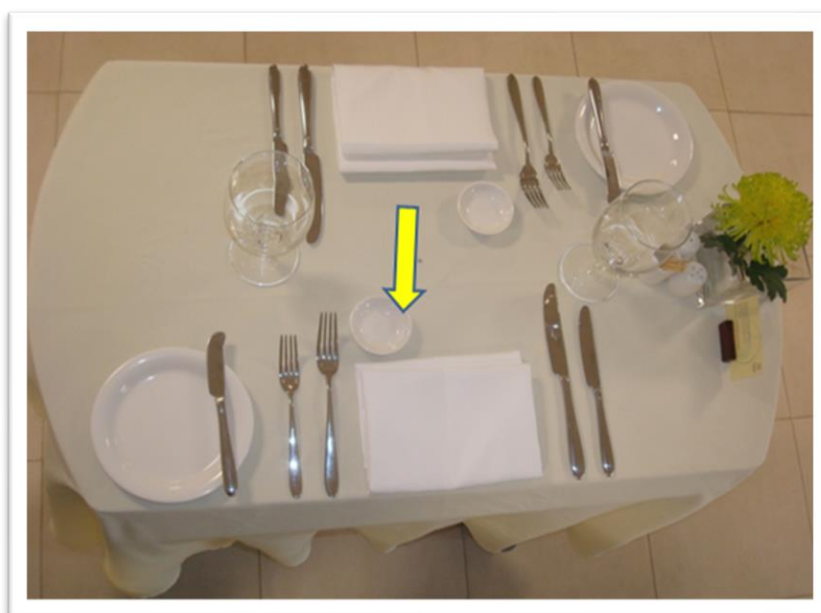
Preparar *mise-en-place*. Prato a pão e das espátulas de manteiga (lado esquerdo).

Figura 16 - Preparação do prato a pão e espátulas de manteiga.



Preparar o copo de água, se for necessário.

Figura 17 - Mise-en-place do copo de água.



Preparar molho e acompanhamentos para a comida.

(colocar recipiente para o molho que acompanha)

Figura 18 - Mise-en-place para os condimentos.



Preparação do cesto de pão e da manteiga.

Figura 19 - Mise-en-place do cesto do pão.



Preparar a bebida.

Preparar o acompanhamento para o chá ou café.

Figura 20 - Mise-en-place acompanhamento do chá ou café.



Preparar a lata, garrafa, de
cerveja, água ou refrigerante.

Figura 21 - Mise-en-place das bebidas.



Recolha da comida quente.
Desligar a *hot box*.

Figura 22 - Transporte da hot box.



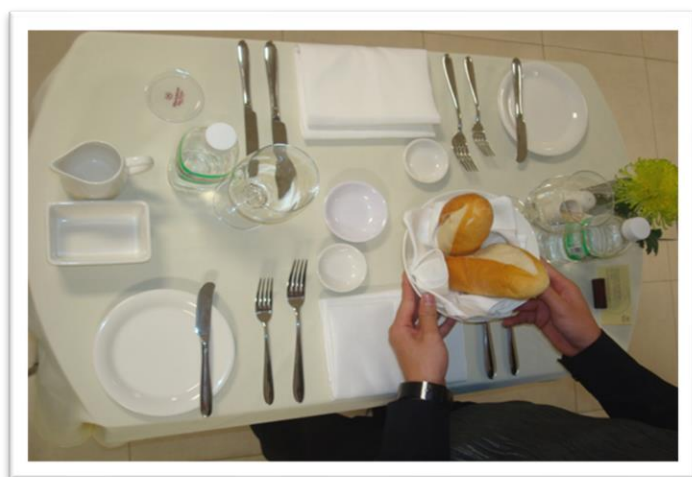
Fixar a *hot-box* no carrinho
para iniciar o transporte.

Figura 23 – Fixar a hot box no carrinho.



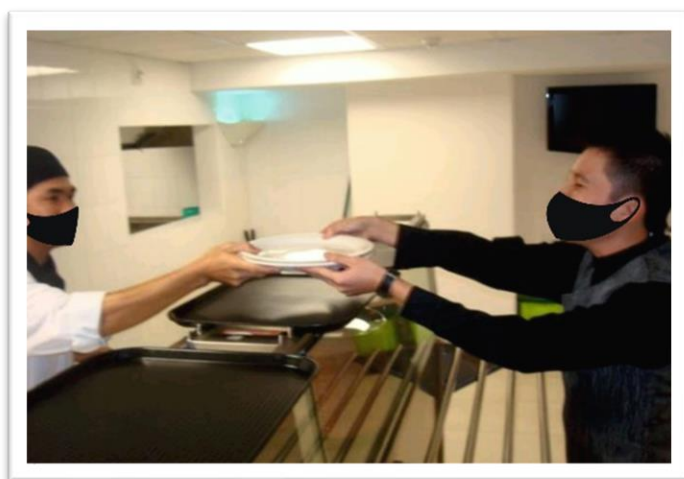
Colocar o pano de serviço no
topo da *hot box*.

Figura 24 -Local certo para o pano de serviço.



Recolha dos pães.

Figura 25 - Recolha dos pães.



Recolha da comida fria
primeiro exceto os gelados.

Figura 26 - Recolha da comida fria.



Recolha da comida quente de seguida.

Figura 27 - Recolha da comida quente.



Recolha da sobremesa.

Figura 28 - Recolha da sobremesa.



Verificar o pedido com o chefe antes de recolher a comida.

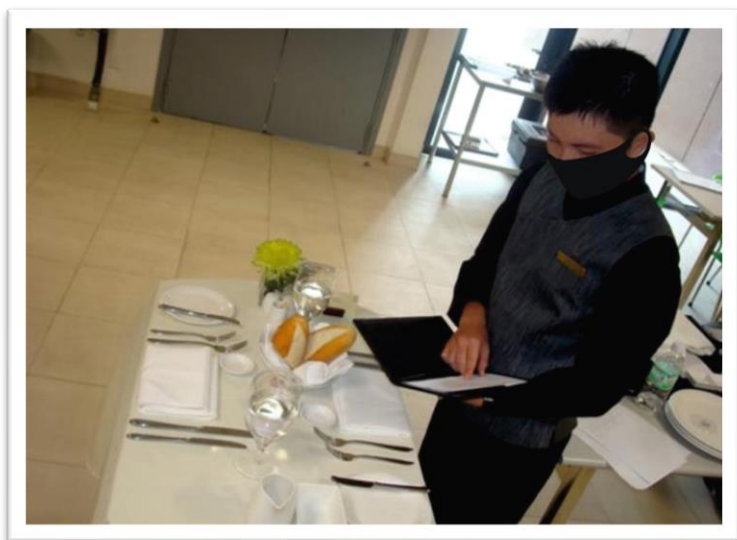
A última recolha é a primeira a ser colocada em baixo.

Figura 29 - Última recolha posta em baixo.



Recolha de *cocktail*, café ou chá.

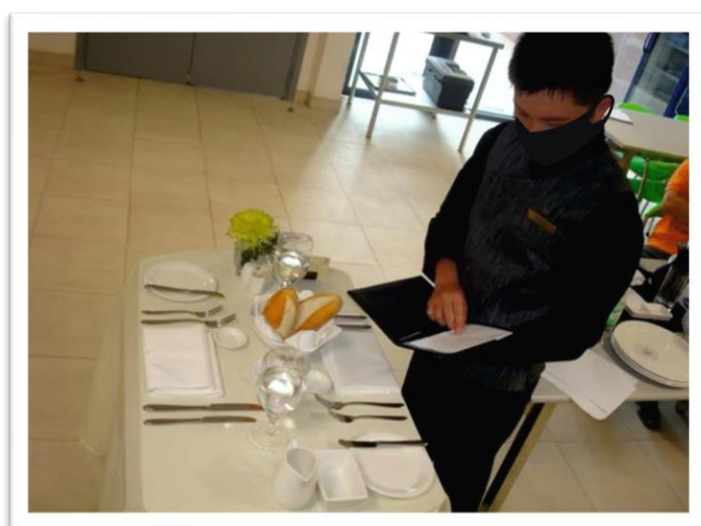
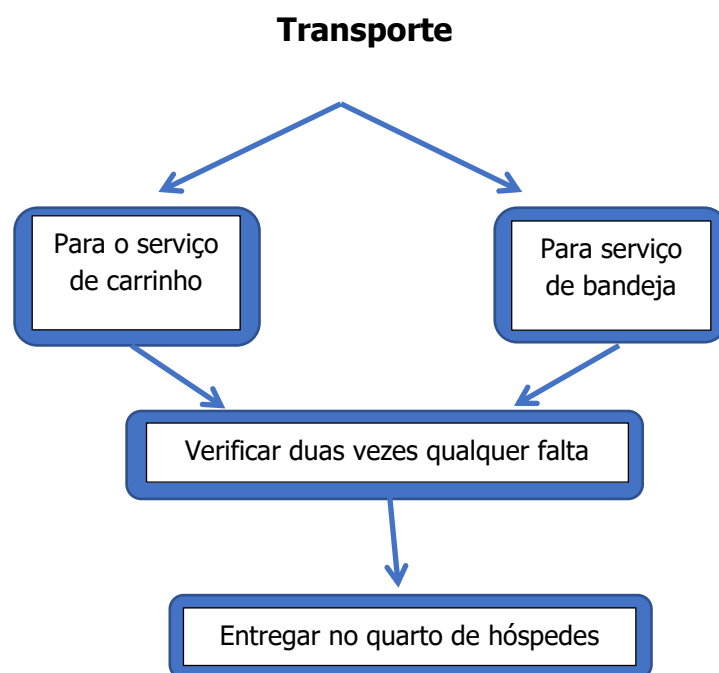
Figura 30 - Recolha do café.



Verificar, duas vezes, todos os *itens* antes do transporte e deitar água colocando de seguida o tapa copos.

Figura 31 - Verificar se o pedido está correto.

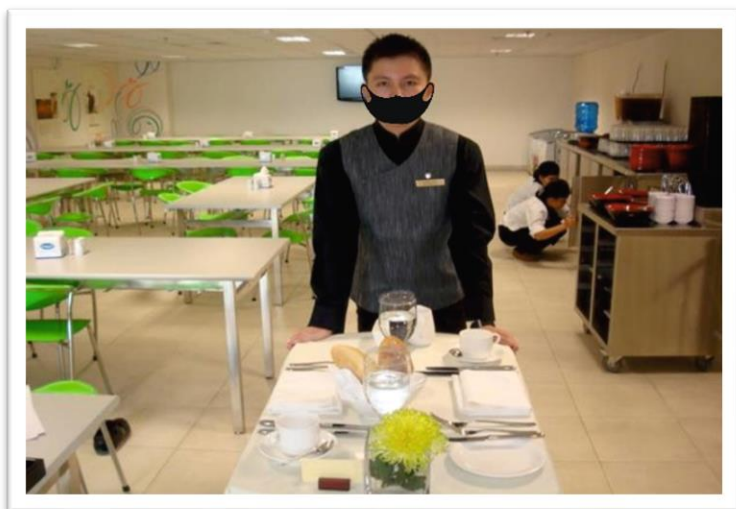
10.2 Transporte



Serviço do Carrinho.

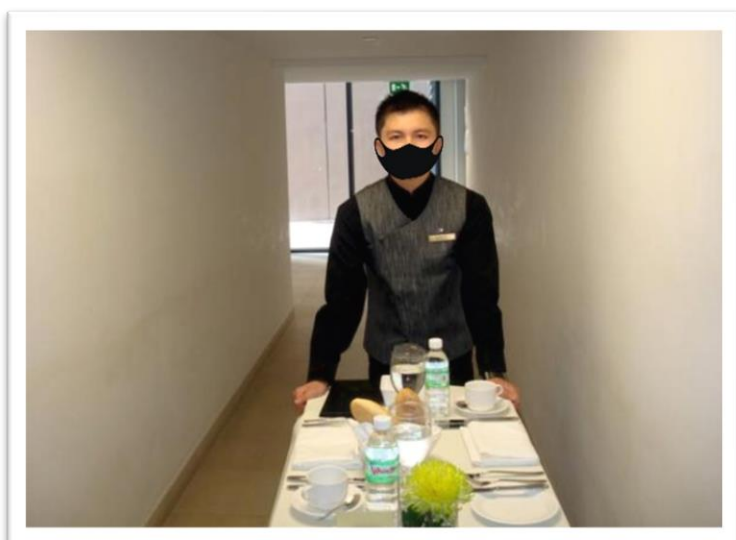
Verificar duas vezes qualquer falta.

Figura 32 - Verificar duas vezes qualquer falta.



Empurrar o carrinho com ambas as mãos suavemente da área do *Room-Service*.

Figura 33 - Empurrar o carrinho.



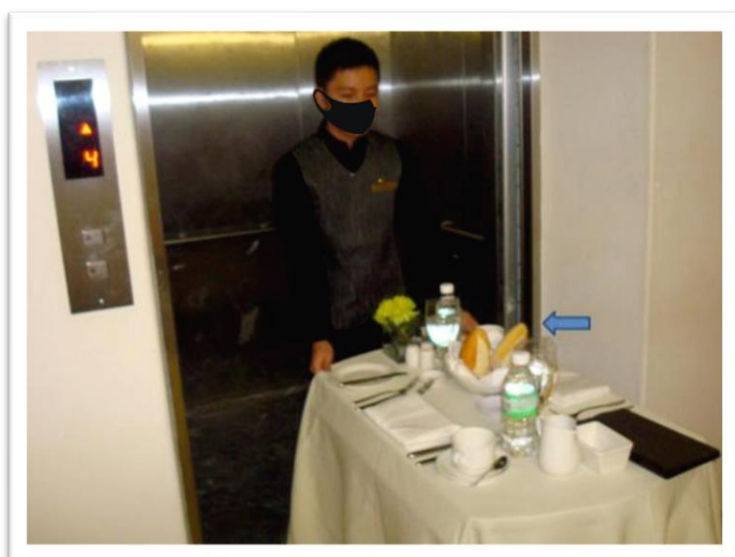
Boa postura com o carrinho.

Figura 34 - Boa postura com o carrinho do hóspede.



Pressionar o botão do elevador e esperar.

Figura 35 - Pressionar o botão do elevador.



Virar as costas e puxar o Carrinho suavemente.

Figura 36 - Vire as costas e puxe suavemente o carrinho suavemente.



Ter cuidado quando a porta da cabine do elevador de serviço se fecha rapidamente.

Figura 37 - Cuidado com a porta que fecha rapidamente.



Nível diferente entre o nível do piso e Nível do elevador.
para a cabine do elevador.

Figura 38 - Nível diferente entre o piso e o nível do elevador.



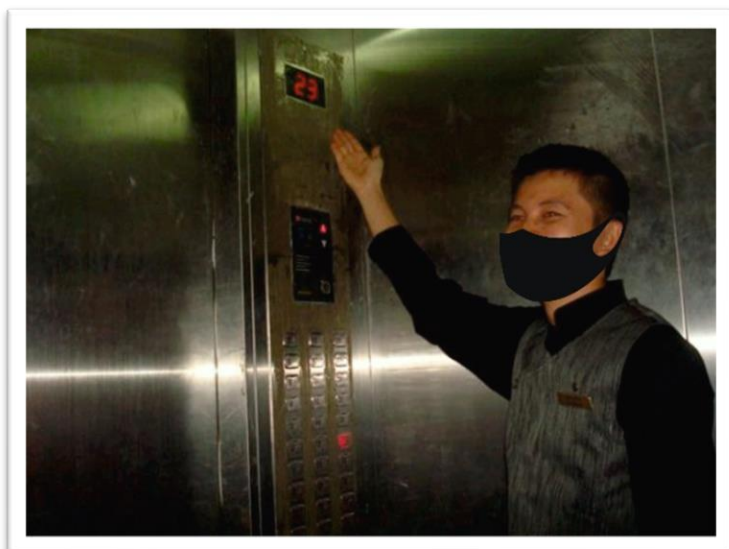
Carregar o carrinho na cabine, evitar bater na porta ou parede.

Figura 39 - Carregar o carrinho para a cabine, evitar bater na porta ou parede.



Pressionar o número do piso do quarto onde será servido o hóspede.

Figura 40 - Pressione o piso do quarto.



Verificar o número do andar antes de sair do Elevador.

Figura 41 - Confirmar o número do quarto antes de sair.



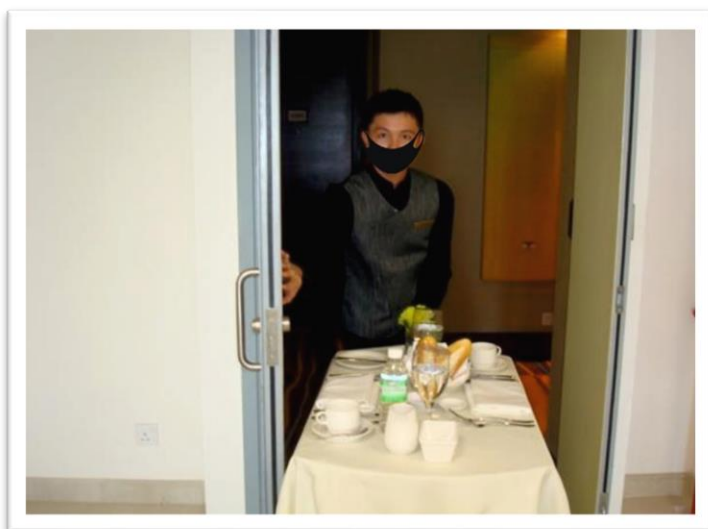
Virar as Costas para sair com o carrinho suavemente.

Figura 42 - Vire as costas e coloque o carrinho para fora suavemente.



Pressionar o botão para abrir a porta da zona de serviço.

Figura 43 - Pressione o botão para abrir.



Deve-se puxar o carrinho e não empurrar sempre que chegar a qualquer porta de serviço.

Figura 44 - Deve-se puxar o carrinho e não empurrar.



Verificar o número do quarto com a conta do hóspede.

Figura 45 - Verificar o quarto correto com a conta do hóspede.

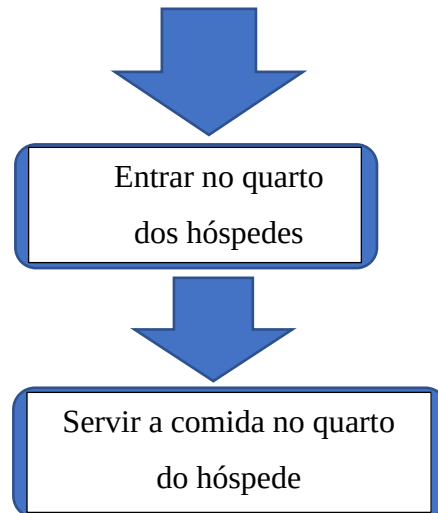


Verificar uma última vez a *mise-en-place* antes de entrar no quarto.

Figura 46 - Verifique uma última vez a mise-en-place antes de entrar no quarto do hóspede.

10.3 Serviço no quarto dos hóspedes

Serviço no quarto dos hóspedes



Serviço de Carrinho.

Perguntar ao hóspede:

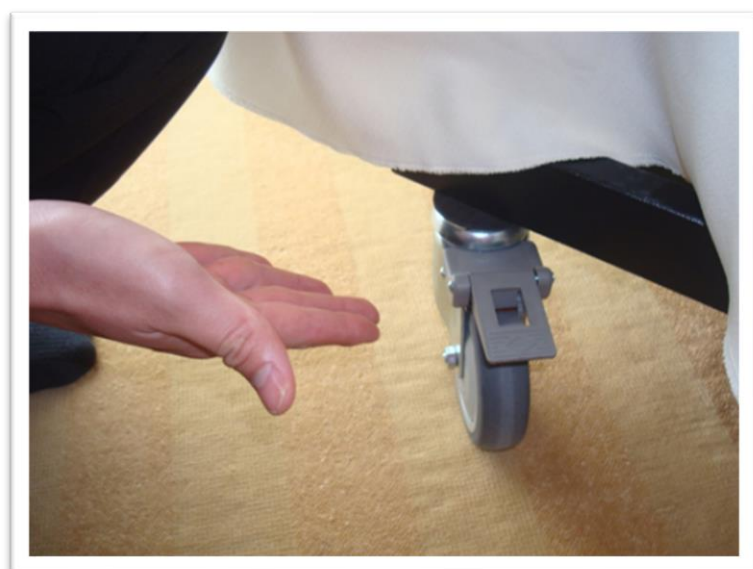
"Onde gostaria de tomar o seu pequeno-almoço/almoço/jantar?"

Figura 47 - Pergunte ao hóspede onde gostaria de tomar a refeição.



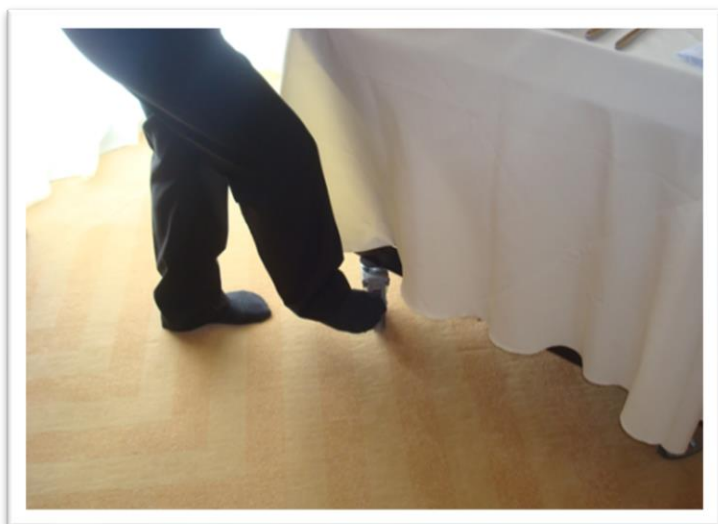
Mover a mesa para o lado para configurar o carrinho.

Figura 48 - Mova a mesa para configurar o carrinho.



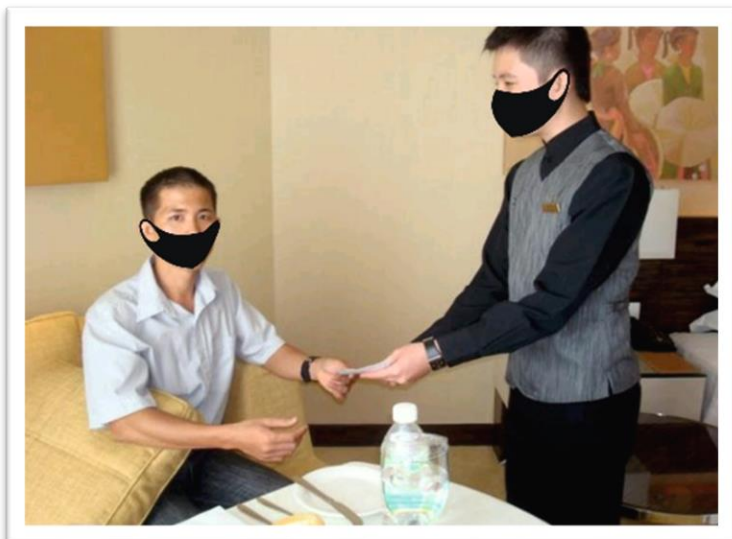
A roda é fácil de trancar, puxar a roda do carrinho 45 graus para o lado direito.

Figura 49 - Roda do carrinho fácil de trancar.



Trancar a roda primeiro e abra as
asas do carrinho.

Figura 50 - Tranque o carrinho e abra as asas.



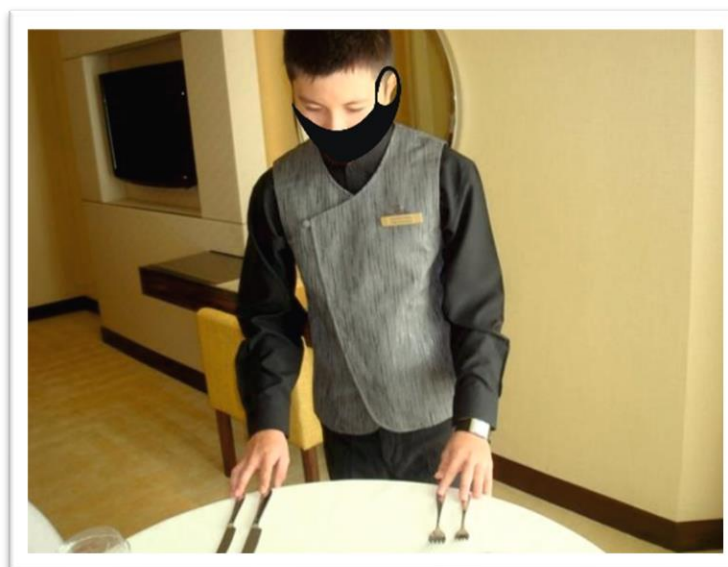
Entregar o jornal ao hóspede.

Figura 51 - Entregar o jornal ao hóspede.



Abrir as asas do carrinho.

Figura 52 - Abrindo as asas do carrinho.



Repor o *set-up* para o hóspede.

Figura 53 - Repor set-up para o hóspede.



Tirar a comida quente da *hot box* e colocar na mesa do carrinho.

Figura 54 - Tire a comida da hot box.

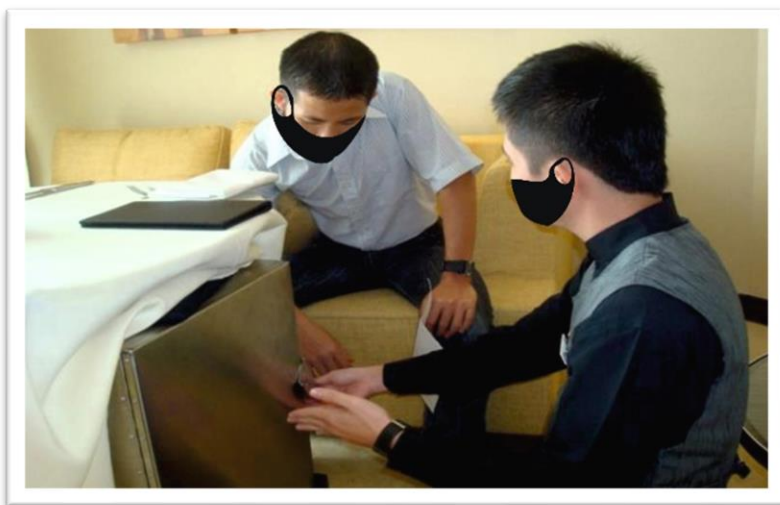


Identificar a comida do hóspede dizendo:

"Esta é a sua salada casear.

Está correto, Sr. Gonçalves?"

Figura 55 - Identificar a comida do hóspede.



No caso de o hóspede preferir manter a sua comida na *hot box*, devemos mostrar-lhes como usá-la e indicar onde está a comida.

Figura 56 - Se o hóspede preferir manter a sua comida na hot box.



Oferecer mais assistência dizendo:
"Gostaria de mais alguma coisa?"

Figura 57 - Ofereça mais assistência ao hóspede.



Servir a bebida.

Figura 58 - Servir a bebida ao hóspede.



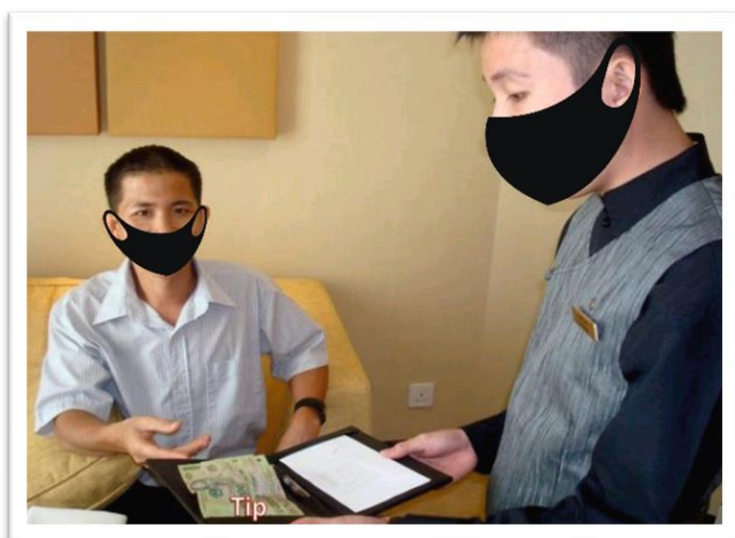
Colocar um lugar para o hóspede se sentar.

Figura 59 - Coloque um lugar para sentar o hóspede.



Apresentar a conta dizendo:
"Gostaria de assinar a conta, por
favor!"

Figura 60 - Apresente a conta ao cliente.



Verificar, imediatamente, a conta
depois de a receber.

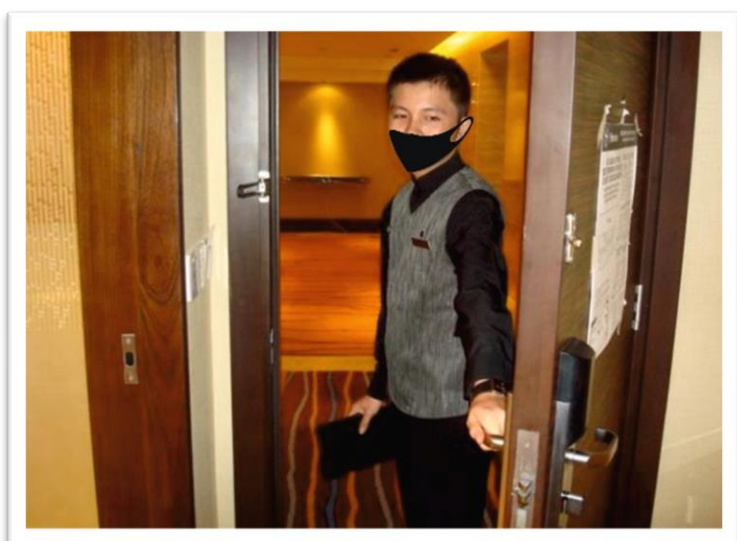
Figura 61 - Confirme a conta imediatamente.



Agradecer ao hóspede, dizendo:

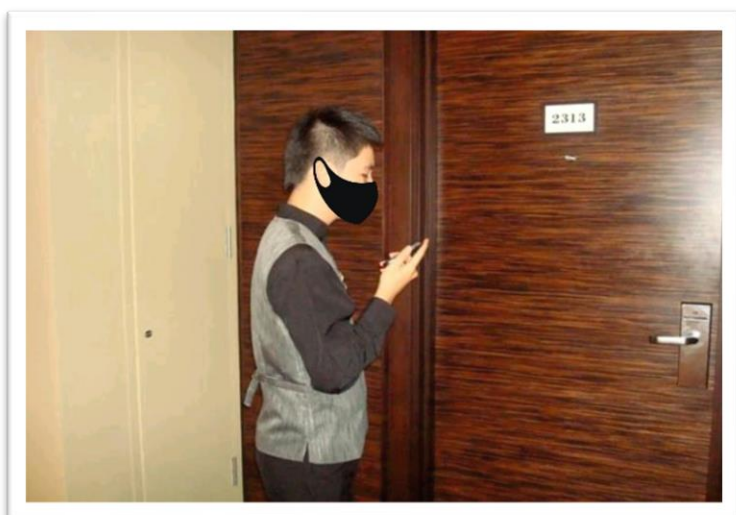
"Muito obrigado, Sr. Gonçalves.
Desfrute do pequeno-
almoço/almoço/jantar e por favor
avise-nos para a remoção do carrinho.
Tenha um bom dia!"

Figura 62 - Agradeça ao hóspede.



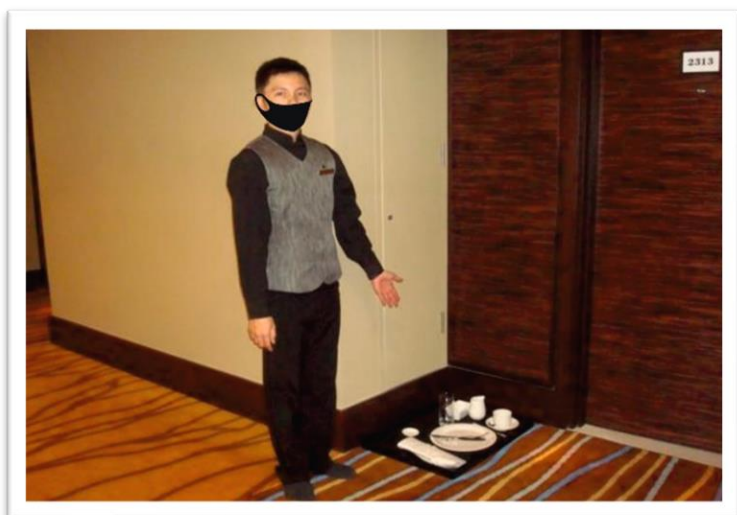
Fechar a porta e evitar bater a
porta na saída do quarto.

Figura 63 - Evite bater com a porta.



Depois do serviço no quarto, o *staff* do *Room Service* deverá ligar para a central de *Room Service* para informar que o pedido do número 2313 (exemplo) está feito.

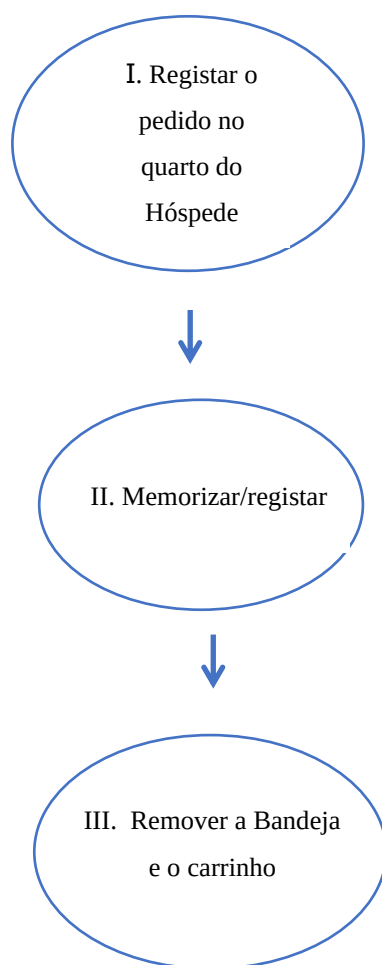
Figura 64 - Ligar depois do pedido ser entregue



No regresso à central do *Room Service*, o *staff* verifica os corredores e perto do elevador de serviço certifica-se que ficam livres de bandejas/carrinhos e toda a sujidade.

Figura 65 - Verificar os corredores quando regressamos à central de Room Service.

10.4 Memorizar, recolher o equipamento e utensílios



I. Fechar a conta: Os colaboradores garantem que todas as contas do hóspede são fechadas, imediatamente, para evitar que a conta fique em falta no *check-out*.

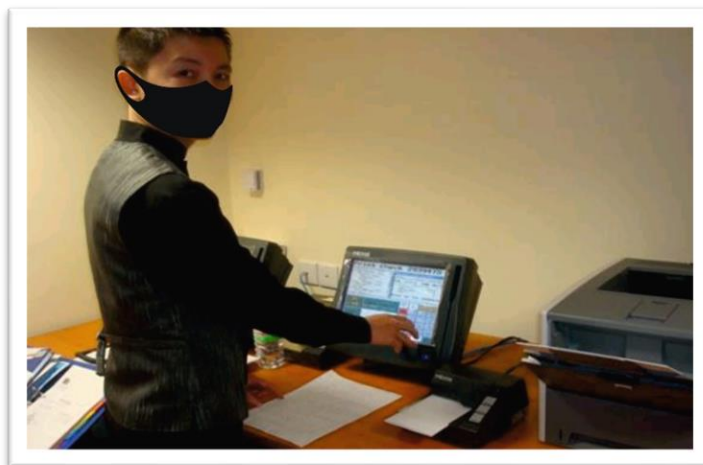


Figura 66 - Fechar a conta no quarto do cliente

Nota: Verificar duas vezes o nome do hóspede na conta e *software micros* antes de colocar na conta do quarto.

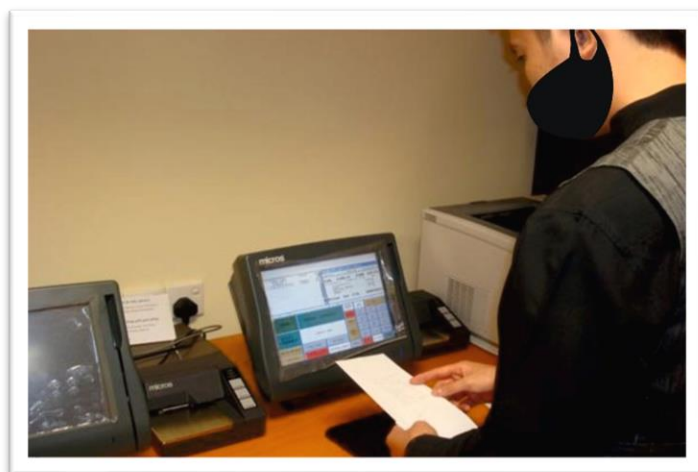


Figura 67 - Fechar a conta no número do quarto.

II. Memorizar: Os colaboradores devem registar na folha de controlo principal o que serviram no quarto dos hóspedes.

Placard principal de controlo de refeições nos quartos

Tabela 4 - Placard principal de controlo de refeições nos quartos.

Piso nº																		
5º Piso	501	502	503	504	505	506	507	508	511	512	514	515	516	517	518	519	520	521
																		
6º Piso	601	602	603	604	605	606	607	608	611	612	614	615	616	617	618	619	620	621
7º Piso	701	702	703	704	705	706	707	708	711	712	714	715	716	717	718	719	720	721
																		
8º Piso	801	802	803	804	805	806	807	808	811	812	814	815	816	817	818	819	820	821
																		
9º Piso	901	902	903	904	905	906	907	908	911	912	914	915	916	917	918	919	920	921
																		
10º Piso	100 1	100 2	100 3	100 4	100 5	100 6	100 7	100 8	101 1	101 2	101 4	101 5	101 6	101 7	101 8	101 9	102 0	102 1
																		

Legenda:  =Bandeja  =Vinho  =Amenity  =Bolo  =Carrinho

III. Remoção da bandeja/carrinho:

Chamada da central de *Room Service* para remoção da bandeja/carrinho.

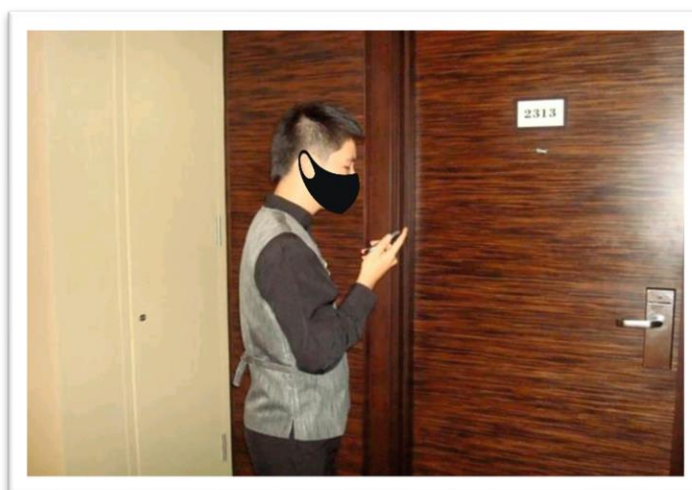


Figura 68 - Contacto da central de Room Service para remover a bandeja/carrinho

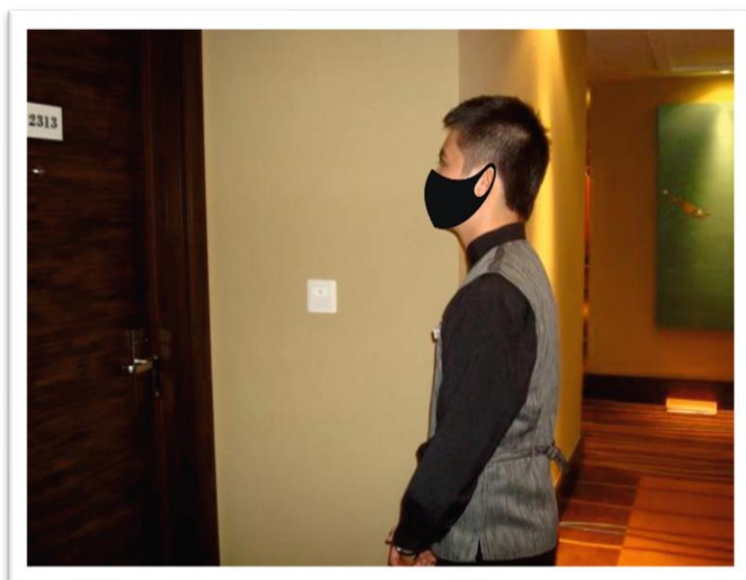
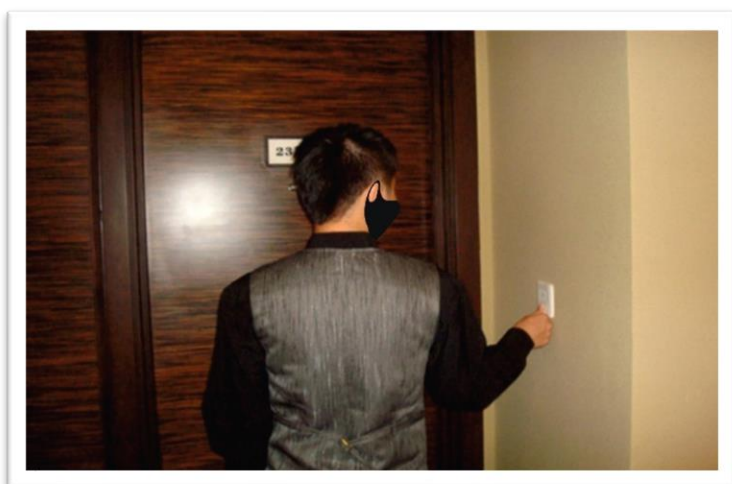


Figura 69 - Depois do contacto do hóspede a bandeja/carrinho tem de ser removido.

Os colaboradores do *Room Service* devem verificar na folha de controlo e ir ao quarto do hóspede.

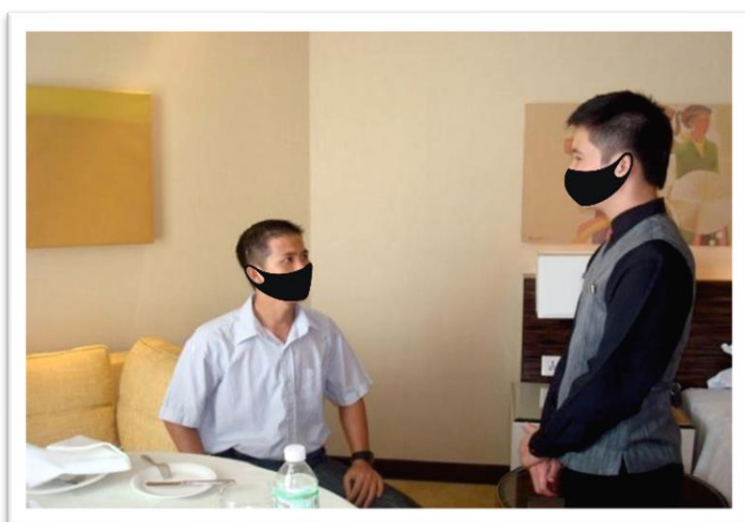
A Bandeja/Carrinho deve ser removido dentro de 15 minutos após a solicitação do hóspede.

Pressionar a campainha e esperar que o hóspede responda dizendo: "Bom dia/tarde/boa noite, *Room Service*".



Se não houver resposta após 10 segundos pressionar a campainha novamente e aguardar.

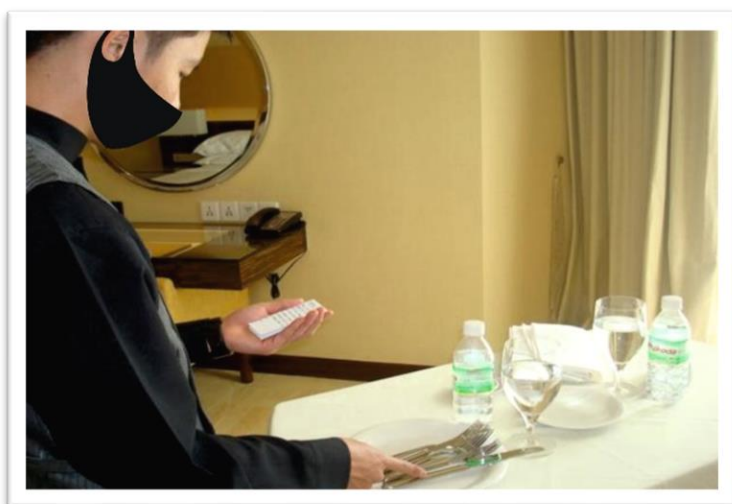
Figura 70 - Aguarde 10 segundo até obter resposta.



Questionar o hóspede sobre a satisfação da comida dizendo:

“Sr. Gonçalves, como foi o seu Pequeno-almoço/Almoço/Jantar?”

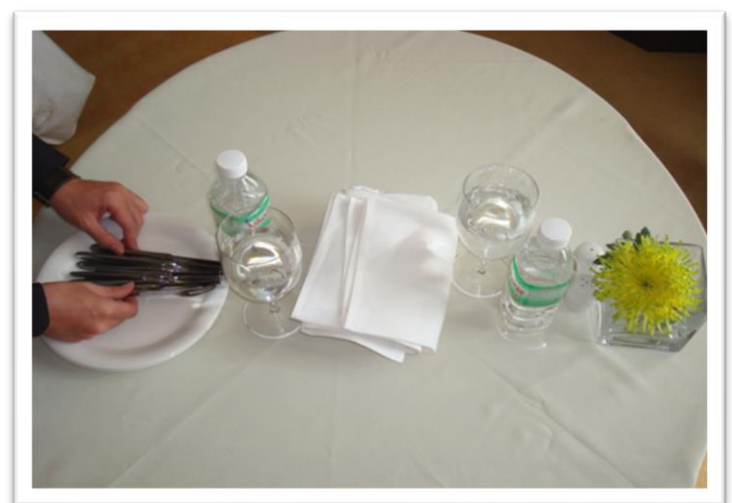
Figura 71 - Pergunte ao hóspede como foi a refeição.



Remoção do carrinho

Verificar todos os itens com
check list.

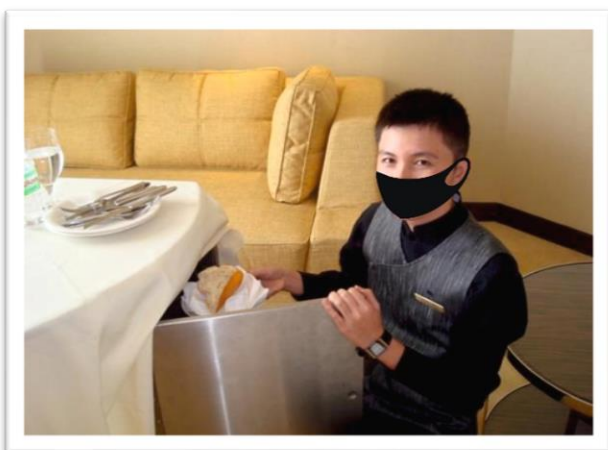
Figura 72 - Verifique todos os itens com a check-list.



**Dispor todos os itens de forma
agradável**

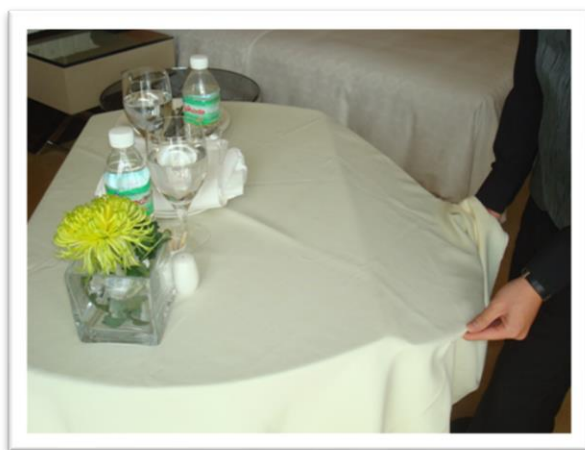
e ordenada na superfície da mesa de
jantar.

Figura 73 - Disponha todos os itens de forma agradável.



Pode usar-se a *hot box*, no caso de haver muitos *itens* para limpar.

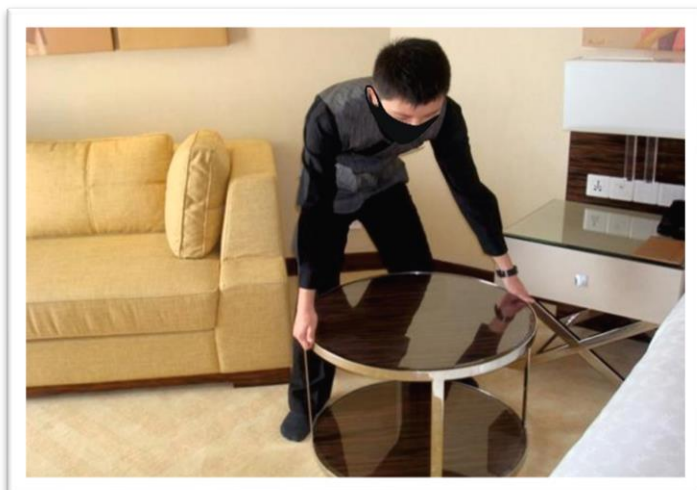
Figura 74 - No caso de existir muitos itens para recolha usamos a hot box.



Fechar as asas do carrinho.

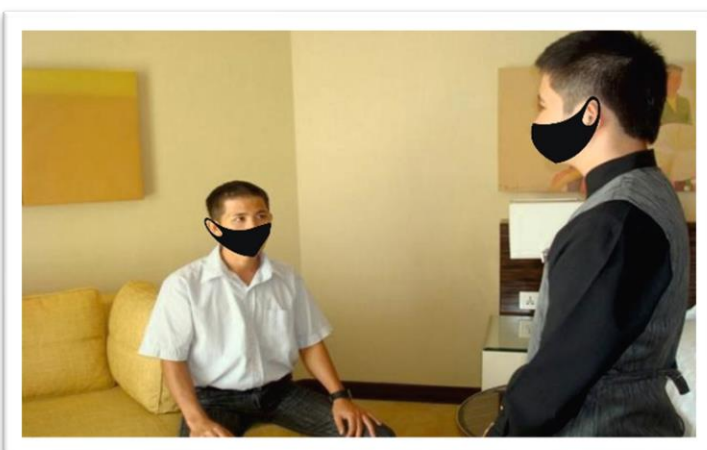
Mover os móveis no quarto de hóspedes de volta à posição certa.

Figura 75 - Fechar as asas do carrinho.



Mover os Móveis para o sítio certo no quarto.

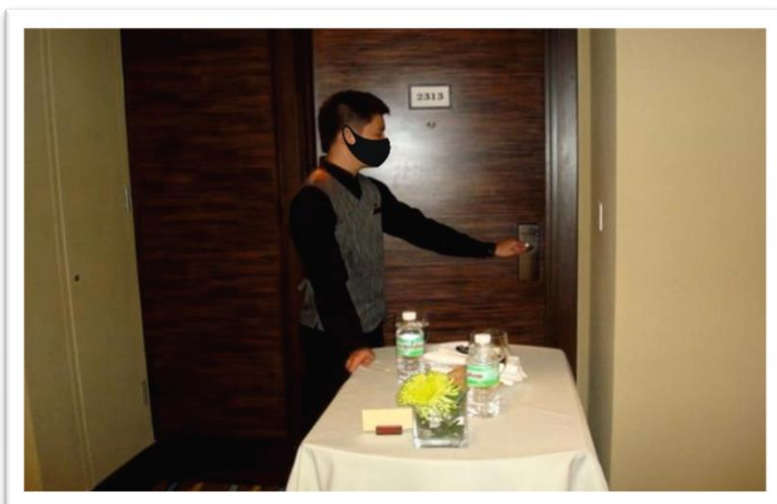
Figura 76 - Movendo os móveis no quarto para o sítio certo.



Antes de sair do quarto dos hóspedes, agradecer desejando aos hóspedes:

"Obrigado, Sr. Gonçalves, tenha um bom dia!"

Figura 77 - Agradeça ao hóspede antes de sair do quarto.



Fechar a porta com cuidado, sem bater.

Figura 78 - Fechar a porta com cuidado.



Ligue para a receção para informar que a recolha do quarto 2313 foi feita.

Figura 79 - Informar a receção que o pedido foi feito.

Deve dizer-se: “Obrigado, espero que tenha gostado. Até breve!”

11. As tabelas informativas do *Room Service* e escala de trabalho

Neste ponto abordamos exemplos de tabelas, formulários e a escala de serviço da secção de *Room Service*.

11.1 O formulário de *Room Service*, serve para monitorizar as entregas do serviço nesta secção.

O formulário de *Room Service* é uma ferramenta importante para monitorizar as entregas do serviço de quarto em hotéis. Este permite que os funcionários registem todas as solicitações dos hóspedes, o horário em que as solicitações foram feitas e o horário em que foram entregues.

Com essas informações, é possível monitorar o desempenho da equipe de *Room Service* e identificar possíveis problemas ou áreas de melhoria. Além disso, o formulário ajuda a garantir que todas as solicitações dos hóspedes sejam atendidas de forma eficiente e pontual, o que é fundamental para garantir a satisfação do cliente.

Em resumo, o formulário de *Room Service* serve como uma ferramenta de gestão e monitoramento do serviço de quarto, permitindo que o hotel mantenha um alto padrão de qualidade e atendimento aos seus hóspedes.

Deixamos um exemplo de tabela onde podemos encontrar o formulário de *Room Service*:

Tabela 5 - Formulário de *Room Service*.

Ponto	Nº Quarto	Nº VIP	Razão	Vinho ou Bolo	Mudança para quarto Nº	Pelo pessoal de Andares	A que horas foi o Set-up	Feito Pelo pessoal do R.S.	Observação
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									

Data:.....

11.2 Relatório diário das receitas de *Room Service*

O relatório diário das receitas tem o propósito de medir a faturação diária do *Room Service*.

Um exemplo deste relatório segue em baixo.

Tabela 6 - Relatório diário de receitas.

Data	Quartos ocupados	Refeições	Comida	Bebida	Outros	Total Diário	Total
1-Dez-2020							
2-Dez-2020							
3-Dez-2020							
4-Dez-2020							
5-Dez-2020							
6-Dez-2020							
7-Dez-2020							
8-Dez-2020							
9-Dez-2020							
10-Dez-2020							
11-Dez-2020							
12-Dez-2020							
13-Dez-2020							
14-Dez-2020							
15-Dez-2020							
16-Dez-2020							
17-Dez-2020							
18-Dez-2020							
19-Dez-2020							
20-Dez-2020							
21-Dez-2020							
22-Dez-2020							
23-Dez-2020							
24-Dez-2020							
25-Dez-2020							
26-Dez-2020							
27-Dez-2020							

28-Dez-2020							
29-Dez-2020							
30-Dez-2020							
31-Dez-2020							

Este relatório é útil para controlar e identificar a que distância nos encontramos do nosso objetivo de faturação.

11.3 Folha de controle da chave mestra²⁰ do *Room Service*

A folha de controlo da chave mestra da secção de *Room Service* é importante, pois trata-se de uma chave mestra que entra em qualquer quarto.

Segue exemplo da folha de controle da chave mestra:

Departamento: Comida e Bebidas

Room service

Tabela 7 - Controlo da chave mestra.

Nº	Data	Hora de entrada	Hora de saída	Nome	Assinatura	Verificado por
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

²⁰ Chave mestra, ou seja, uma chave que pode ser usada para abrir uma série de fechaduras diferentes.

11.4 A escala do *Room Service*

O horário do *Room Service* apresentado tem dois dias de folga e oito horas diárias e este é essencial para a operação do mesmo.

Segue um exemplo:

Room Service

Departamento: Comida e Bebidas

Semana: De 21 a 27, dezembro de 2020

Tabela 8 - Horário de Serviço.

Nº	Nome	Position	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
			21-Dec	22-Dec	23-Dec	24-Dec	25-Dec	26-Dec	27-Dec
1	Marco	<i>Manager</i>	OH	O	O	OH	OH	OH	OH
2	Carmen T.	<i>Supervisor</i>	O	A	A	A	A	A	O
3	Trindade	<i>Supervisor</i>	M	M	M	O	O	M	M
4	Carla O.	<i>Waiter</i>	M	M	M	O	O	N	N
5	Fernando S.	<i>Waiter</i>	A	A5	A5	M	M	O	O
6	Celso M.	<i>Waiter</i>	A5	O	O	A5	A5	A5	A5
7	Roberto	<i>Waiter</i>	N	N	N	N	N	O	O

Legenda:

OH	08:00 – 17:00	1	0	0	1	1	1	1
M	07:00 – 15:00	2	2	2	1	1	2	2
A	15:00 – 23:00	1	1	1	1	1	1	1
A5	17:00 – 01:00	1	1	1	1	1	1	1
N	23:00 – 07:00	1	1	1	1	1	1	1
O	Day Off	1	2	2	2	2	2	3

Por favor, apresente-se na central de *Room Service* 10 minutos antes de começar o seu turno.

Preparado por:

Marco Gonçalves

(Diretor de *Room Service*)

Aprovado por:

Albert Ettinger

(Diretor de Comida e Bebidas)

11.5 Informação diária de comida e bebida do *Room Service*

A informação diária da comida e bebida do *Room Service* serve para informar e controlar a quantidade de *itens* que estão disponíveis para o serviço.

Data:

Primeiro Turno: 5:00~5:30 a.m.()Segundo Turno: 10:30~11:00 a.m.()Terceiro Turno: 17:30~18:00 p.m()

Horas para verificação dos *itens* nos vários turnos

Tabela 9 - Informação diária de comidas e bebidas.

	<i>Item</i>	Esgotado	Recomendação	Confirmar com	Verificado por
Sopa					
Especialidades					
Vinhos					
Comida a Vapor e Picante					
Outras bebidas					

Líder de Turno do **Room Service:** _____

11.6 Relatório diário de rutura de *stock* do *Room Service*

O relatório diário de rutura de *stock* informa, em tempo real, da rutura de *stock* de *itens*. Deverá cancelar totalmente ou confirmar parcialmente os *itens* antes de iniciar o pedido ao hóspede.

Segue exemplo de relatório de rutura de *stock*:

Mês: De 01 dez a 31 dez 2020 Room Service

Tabela 10 - Relatório diário de rutura de *stock*.

Data	Descrição do <i>item</i>	Quantidade	Razão	Nome e Assinatura	Observação

Reportado por: _____

11.7 O quadro de controlo Principal

O quadro de Controlo Principal observa-se onde estão os equipamentos e utensílios do *Room Service*.

Segue um exemplo:

Tabela 11 - Quadro de controle Principal.

Piso nº																		
5º Piso	501	502	503	504	505	506	507	508	511	512	514	515	516	517	518	519	520	521
																		
6º Piso	601	602	603	604	605	606	607	608	611	612	614	615	616	617	618	619	620	621
7º Piso	701	702	703	704	705	706	707	708	711	712	714	715	716	717	718	719	720	721
																		
8º Piso	801	802	803	804	805	806	807	808	811	812	814	815	816	817	818	819	820	821
9º Piso	901	902	903	904	905	906	907	908	911	912	914	915	916	917	918	919	920	921
																		
10º Piso	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007	1008	1011	1012	1014	1015	1016	1017	1018	1019	1020	1021
																		

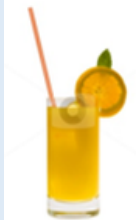
Legenda:  =Bandeja  =Vinho  =Amenity  =Bolo  =Carrinho

12. Standards dos itens do pequeno-almoço na secção *Room Service*

De seguida, são apresentados, em tabela, os *standards* dos vários *itens* de *Room Service* servidos ao pequeno-almoço.

12.1 Standards dos vários itens do pequeno-almoço continental.

Tabela 12 - Standard pequeno-almoço continental.

Item	Receita	Condimento	Set-Up	Imagem
1. Sumo	Laranja, ananás, maçã, manga, tomate, uva e Melancia.			
2. Fruta fresca	Fruta da época		Faca de sobremesa Garfo de sobremesa	
3. Pastelaria	Croissants, pastelaria, <i>muffins</i> variados, torradas brancas ou escuras.	Servido com manteiga, compota e mel.	Espátula de manteiga.	
4. Chá ou Café	Café, café descafeinado ou chá inglês de pequeno-almoço.	Servido com baixo teor de gordura ou leite gordo.		

12.2 Standards do pequeno-almoço americano

Tabela 13 - Standard pequeno-almoço americano.

Item	Receita	Condimento	Set-up	Imagem
1. Sumo	Laranja, abacaxi, maçã, manga, tomate, uva e melancia.			

2. Fruta fresca	Fruta na época.		Faca de sobremesa. Garfo de sobremesa.	
3. Ovo à sua maneira	2 ovos cozidos ao seu estilo (fritos, omelete, escalfados, mexido ou cozido) juntamente com salsicha de pequeno-almoço, bacon, cogumelos, tomate e batata frita).		Faca de jantar. Garfo de jantar.	
4. Cereal	<i>Cornflakes</i> , arroz crocante coco <i>pops</i> , especial K, todos os granulados, muesli seco.	Servido ao gosto e escolha do hóspede o iogurte natural ou leite.	Colher de sobremesa.	
5. Pastelaria	<i>Croissant</i> , <i>muffins</i> variados, torradas brancas ou centeio.	Servido com manteiga, compota e mel.	Espátula de manteiga.	

12.3 Standards de Pequeno-almoço à *la Carte* ou à lista

Tabela 14 - Standards pequeno-almoço à *la carte*.

Item	Receita	Condimento	Set-up	Imagem
1. Sumo de fruta	Laranja, abacaxi, maçã, manga, tomate, uva e melancia.			
2. Prato de frutas	Fruta da época		Faca de sobremesa. Garfo de sobremesa.	
3. Ovo à sua maneira	2 ovos cozidos ao seu estilo (fritos, omeletes, escalfados, mexidos ou cozidos) juntamente com salsicha de pequeno-almoço, bacon, cogumelos, tomate e batata frita).	Tomate <i>Ketchup</i>	Faca de jantar Garfo de jantar.	
4. Cereais	<i>Cornflakes</i> , arroz crocante, especial K, <i>all-bran</i> , muesli seco.	Servido com a sua escolha de iogurte natural ou leite.	Colher de sobremesa.	
5. Pastelaria	Croissant, <i>muffins</i> , torradas brancas ou de centeio.	Servido com manteiga, compota, mel.	Espátula de manteiga.	
6. Waffles	Com maçã cozida compota de manteiga e <i>maple syrup</i> .		Faca de sobremesa. Garfo de sobremesa.	
7. Panqueca	Com bananas caramelizadas, servido com mel e <i>maple syrup</i> .		Faca de sobremesa. Garfo de sobremesa.	

13. As técnicas básicas do *Barman* e *Barmaid*

Os pedidos de cocktails podem ser feitos ao *Room Service* e é essencial que o colaborador saiba atender os pedidos dos clientes, esclarecer qualquer uma das suas questões e executar de seguida o seu pedido.

Por isso mesmo, vamos enumerar algumas técnicas básicas que o colaborador deve reconhecer para preparar e confeccionar bebidas simples e compostas e saber informar detalhadamente o hóspede.

13.1 As técnicas básicas do *Barman* e *Barmaid*

Agitar o *Shaker*

É necessário usar o shaker, quando uma bebida contém sumos de fruta ou natas de forma a agitar os ingredientes. Agitar é o método pelo qual se usa um *shaker* para confeção de *cocktails*. Serve para misturar ingredientes e arrefecê-los simultaneamente. O objetivo é quase congelar a bebida enquanto se combinam os ingredientes. Normalmente, é feito com cubos de gelo com três quartos do copo *shaker* cheio. Quando tivermos de deitar os ingredientes, seguramos o *shaker* com ambas as mãos, com uma mão em cima e outra apoiando a base, e damos um movimento de vai e vem curto e energético. É importante não agitar o *cocktail* lentamente. Quando a água começar a condensar-se na superfície do *shaker*, o *cocktail* deve estar suficientemente refrigerado e pronto para ser servido.

Coador

A maioria dos *shakers* de *cocktails* são vendidos com um coador e uma tampa. Quando a bebida precisa de coador, devemos certificar-nos que usámos cubos de gelo, pois o gelo esmagado tende a entupir o coador do *shaker*. Se for necessária uma bebida com gelo (ou seja, *Shirley Temple*), deve ser servida sem coador.

Misturar

Podemos mexer os cocktails eficazmente com uma barra de metal ou de vidro num copo de mistura. Se for necessário utilizar gelo, usamos cubos de gelo para evitar a diluição e coamos o conteúdo num copo quando a superfície do vidro de mistura começar a recolher condensação.

Macerar

Para extrair o maior sabor de certos ingredientes frescos, como guarnições de frutas ou hortelã, esmagamos o ingrediente com o disco na parte de trás da colher de bar, ou com um pilão.

Mistura

É necessário um liquidificador elétrico para receitas que contenham frutas ou outros ingredientes que não se decompõem agitando. A mistura é uma forma apropriada de combinar estes ingredientes com outros, criando um puré pronto a ser usado. Algumas receitas exigirão que o gelo seja colocado no liquidificador. Se for o caso, devemos usar uma quantidade adequada de gelo esmagado.

Building

Ao fazer um *cocktail*, os ingredientes são despejados num copo no qual o *cocktail* será servido. Normalmente, os ingredientes são colocados no copo juntamente com um mexedor que permite que os ingredientes sejam misturados.

Camadas

Para colocar ou flutuar um ingrediente (isto é, creme, licores) em cima de outro, usamos a parte arredondada ou traseira de uma colher de bar e apoiamo-la contra o interior do vidro. Deitamos lentamente o licor na colher para dentro do vidro. O ingrediente deve escorrer pelo interior do copo e permanecer separado do ingrediente de baixo. Ter conhecimentos do peso aproximado de certos licores, permitirá que um maior sucesso com esta técnica, uma vez que ingredientes mais leves podem então ficar em cima, em camadas, de outros mais pesados.

13.2 Procedimentos a ter e a observar:

✓ A limpeza é muito importante, essencialmente se tivermos de trabalhar com as mãos. Vamos mantê-las limpas. Para despejarmos gelo num copo, usamos uma pinça de gelo, não as mãos.

Manter as garrafas nas prateleiras do bar limpas:

✓ Limpar levemente com um pano húmido, todas as manhãs, as garrafas de forma a mantê-las a brilhar e livres de pó.

Manter a cave de dia abastecida:

- ✓ Colocar as garrafas vazias no mesmo recipiente, torna mais fácil, no final do dia, fazer uma verificação rápida do *stock* que deve ser repostado.
- ✓ As garrafas vazias vão mostrar-nos quantas garrafas usamos e quais as marcas.

Fruta fresca

- ✓ *Zests (Casca)* de limão frescas e fatias de limões frescos, limas e laranja cortados no início do dia podem ser mantidos frescos se refrigerados em sacos térmicos de plástico ou numa tigela coberta com um invólucro de plástico. Os frutos cortados podem ser conservados frescos depois de retirados do frigorífico, cobrindo os com um guardanapo húmido.

Receitas

- ✓ Não esquecer que a maneira certa de fazer uma bebida é fazê-la da forma que o cliente gosta – mesmo que a bebida que ele peça seja normalmente feita de uma forma diferente.

Medir todas as bebidas

- ✓ Esta é a única maneira de garantir que as bebidas vão ter sempre o mesmo sabor. Se misturarmos a bebida e descobirmos que tem mais do que precisa para encher um copo, não deitamos fora. Deixamos o cliente beber um pouco e depois damos-lhe o extra como bônus. Devemos utilizar sempre um coador quando despejamos do *shaker* para um copo de bar.

Quando um cliente pede um licor pela marca

- ✓ Colocamos a garrafa na frente do cliente antes de servir ou misturar a bebida.

Antes de deitar

- ✓ Verificamos sempre se todos os copos têm rachas, lascas e marcas de sujidade no vidro.

Nunca trocar um pedido de bebida

- ✓ Quando um cliente encomenda uma determinada marca, damos-lhe, exatamente, a marca que pediu.

- ✓ Se não tivermos a marca que o cliente pediu, pedimos permissão para servir outra em substituição.

Direto

- ✓ Ao despejamos uma garrafa direto para o copo, devemos segurá-la firmemente no meio com o rotulo virado para o cliente.

Não tentar poupar dinheiro em ingredientes

- ✓ Bons licores fazem boas bebidas. Muitos empregados de bar assumem que os clientes não sabem a diferença. É verdade que alguns podem não saber, mas muitos sabem por isso, sigamos os desejos do cliente e da receita.

Limas para cortar

- ✓ As limas são geralmente cortadas como limões, exceto nas bebidas, que especificam um gomo ou um aperto de lima para extrair o sumo. Em seguida, as limas são esquartejadas cortando ao meio através do meio e ao meio novamente a partir das extremidades. Se as limas forem muito grandes, os quartos podem ser cortados ao meio novamente.

On-the-rocks

- ✓ Nas bebidas servidas com gelo, bem como as bebidas a serem mexidas ou agitadas com gelo, o gelo deve ser colocado primeiramente.
- ✓ Não devemos adicionar gelo aos licores.

Mixers

- ✓ Misturadores com refrigerante, água tônica, *ginger ale* e até mesmo sumo de fruta devem ser adicionados ao licor, em vez do contrário.

Sumos de fruta

- ✓ Não espremer mais do que o que habitualmente se usa num dia. O ideal é fazer bebidas que exijam sumo natural.

Cerejas e azeitonas

- ✓ Devem ser sempre mantidas cobertas como os sumos naturais. Ficam mais frescas assim. Devemos enxaguar as azeitonas com água fria antes de as utilizar.

Mantenha o seu relógio certo

- ✓ Os clientes avaliam o seu tempo com o seu relógio, e se se atrasarem, por causa disso, vão culpar o colaborador.

Usar garrafas no serviço

- ✓ Colocar cada garrafa no seu devido lugar do bar depois de a utilizar, para que seja alcançada, posteriormente, mais facilmente e sem perdas de tempo na procura de uma determinada marca.

Hóspedes

- ✓ Tentar fazer com que cada hóspede se sinta importante. Fazer a bebida como ele desejar, de forma que sinta que foi feita a pensar, precisamente, nele.

Copos quentes e frios

- ✓ Refrescar todos os copos para bebidas geladas. Aquecer todos os copos ou chávenas para bebidas quentes. Ter sempre cuidado ao utilizar o copo adequado para cada bebida.

- ✓ Para arrefecer um copo, deve encher-se com gelo e deixar ficar em pé ou totalmente tapado no gelo. Poderá também deixar-se ficar no compartimento do congelador ou no frigorífico por alguns minutos.

- ✓ Para aquecer um copo, encher com água quente ou a ferver. Deverá ficar um minuto ou dois, e depois esvaziar.

Cortar Laranjas

- ✓ Deve ser sem sementes. Cortar ao meio a laranja. Cortar em meias-luas e certificar-se que todas as fatias têm a mesma espessura.

Cortar Limões

✓ Deve ser sem sementes. Cortar ao meio o limão. Cortar em meias-luas e certificar-se de que todas as fatias têm a mesma espessura.

Ervas usadas para cocktails

✓ Algumas receitas pedem menta ou outros enfeites. O enfeite terá de estar devidamente lavado e livre de folhas estranhas ou secas. Seleccionam-se os enfeites de maior qualidade para serem servidos.

Falta de comunicação

✓ Devemos repetir o pedido do hóspede de forma a garantir que temos a informação certa para fazer a bebida ou preparar o pedido. Algumas bebidas soam iguais – tenha 100% de certeza antes de preparar!

13.3. Rutura e desperdício

Não nos devemos incomodar por ser demasiado cautelosos ao manusear o vidro. Se deixarmos cair um copo, não devemos tentar apanhá-lo, deixemo-lo cair. Se um copo cair e se partir, usamos luvas e apanhamos os vidros com uma vassoura, uma pá ou pano húmido, recolhendo todos os pedaços. Devemos ter estes equipamentos e utensílios de limpeza prontos para serem usados.

Estar prontos para limpar um copo partido, pois isso vai acontecer. Sempre que se partir um copo a prioridade é limpá-lo.

Se o copo partir perto do gelo, é provável que haja vidros partidos no copo e no gelo, por isso mesmo não vamos usar esse gelo.

Se derramarmos ou derrubarmos uma bebida, tentemos não fazer uma reprodução desta situação. O hóspede quer a bebida dele, por isso, limpamos o derrame, damos-lhe a bebida e esquecemos o que aconteceu, avançando no trabalho.

13.4. Manipulação de copos

Nunca podemos empurrar um copo para movê-lo, devemos pegar no copo sempre e colocá-lo onde quisermos. Vamos usar o pé ou a base para recolher os copos, o que não só evita obter impressões digitais no topo do vidro, como lhe é dado mais apoio para carregá-lo.

Se juntarmos dois copos, um quase sempre se partirá.

O vidro do copo é sensível às mudanças repentinas da temperatura, portanto nunca devemos adicionar o gelo a um copo quente ou líquido quente a um copo gelado. O choque térmico pode partir o copo de vidro.

Nunca utilizar copos para tirar gelo do balde. Pequenas lascas de vidro quebram-se quando empurradas para o gelo, e o vidro pode partir-se, deixando vidro e sangue no gelo. Devemos usar uma pá ou pinça de gelo.

13.5 Algumas orientações de Higiene e segurança

A higiene e segurança em qualquer estabelecimento é fundamental para dar confiança ao cliente que nos procura. Por isso vamos recordar algumas normas de higiene e segurança alimentar.

Higiene e segurança algumas orientações:

1. Estar sempre limpo e apresentável;
2. Enxaguar/lavar sempre o equipamento do bar, como *shakers* e coadores para os *cocktails* após a utilização, mesmo entre bebidas;
3. Lavar e secar sempre as mãos, especialmente após o contacto com sumos de fruta cítricos. Isto ajuda a prevenir a dermatite das mãos;
4. Cuidar das mãos, especialmente das unhas, pois estas estão sempre à vista. Manter as unhas curtas e, se utilizar esmalte de unhas, utilizar cores neutras;
5. Não fumar nem beber na execução das tarefas. É considerado pouco higiénico e em muitos países também é ilegal;
6. Não permitir que as rolhas de champanhe ao abrir façam "pop", isto é, de mau gosto e perigoso;
7. Nunca encher um copo até à borda.

13.6 Receitas de cocktails clássicos

A importância de conhecer muito bem a carta de bar é fundamental para qualquer elemento do *staff* ser capaz de responder prontamente as perguntas do cliente. Por isso, devemos elaborar uma carta de bar como o exemplo que colocamos na página 124.

13.7 A carta de comida de *Room Service*

A carta de comida de *Room Service* visa facilitar a descrição por parte dos colaboradores aos hóspedes.

Verificamos bons exemplos de carta de bebidas (página 124) e carta de comidas (página 161) de *Room Service*.

E terminamos, desta forma, o nosso manual, esperando contribuir para o desenvolvimento e aperfeiçoamento do serviço de *Room Service*, tendo sempre em conta um serviço de excelência.

14. Reflexões Finais

Este manual de serviço de *Room Service*, teve como objetivo primordial fazer face a um *GAP* nesta temática e pretende a qualidade nos serviços prestados, nesta secção.

O sucesso da organização hoteleira depende da satisfação das necessidades de dois grupos essenciais: os colaboradores que prestam o serviço aos hóspedes e os hóspedes que recebem esse mesmo serviço. Segundo *Lockwood e Jones* (1984) as relações humanas assumem uma importância crucial nos serviços.

As organizações que se preocupam com os seus colaboradores aumentam as possibilidades de atingirem melhores resultados quer ao nível da fidelização do cliente, quer ao nível dos resultados financeiros. Um colaborador que acredita na organização e nos produtos e serviços que presta ao hóspede, mais facilmente vende o menu ao hóspede e faz *up-selling* (vocabulário técnico – página 121). O sucesso financeiro deve ser visto como a consequência da excelência de serviço praticada pelos colaboradores, conforme defendido por *Ford e Heaton* (2001).

Deste modo, a relação entre o colaborador e o hóspede permite a satisfação do cliente que é vital para a fidelização e sustentabilidade do negócio. Fundamental também é compreender que só um colaborador motivado no exercício da sua profissão e que tenha conhecimento profundo do serviço, obtido especialmente através da formação obtida, é capaz de proporcionar um serviço excelente ou experiências brilhantes aos seus hóspedes.

15. Conclusão

O desafio deste manual prende-se, fundamentalmente, com a criação de linhas de conduta que permitam, a qualquer organização hoteleira, ter a dinâmica necessária numa área tão complexa como o *Room Service*.

Está orientado para a formação de recursos humanos nas unidades hoteleiras, que pretendam um serviço de excelência.

Cabe à direção da unidade hoteleira definir e estabelecer, a partir deste momento inicial, como pretende organizar o departamento no seu todo, estabelecendo a visão, missão e valores da organização, os respetivos *standards* de qualidade a serem seguidos e a criação de toda a documentação necessária para o dia-a-dia hoteleiro.

O objetivo deste manual é fornecer às organizações de toda a secção do *Room Service* ferramentas para a preparação de todos os colaboradores para este novo desafio aliciante e de excelência, cada vez mais solicitado. As boas práticas desta secção, estão totalmente definidas neste manual e servirão de modelo a todos os colaboradores.

Concluir este manual de *Room Service* foi um desafio importante, pois envolve a criação de linhas de conduta que permitam ao hotel fornecer um serviço de quarto eficiente e de alta qualidade. Como o *Room Service* é uma área complexa que envolve muitos aspectos, como atendimento ao cliente, gerenciamento de pedidos, controle de qualidade e monitoramento da equipe, é crucial que o manual seja abrangente e detalhado.

O objetivo principal do manual é fornecer orientações claras e precisas para os funcionários do *Room Service*, garantindo que eles possam desempenhar suas funções de maneira eficiente e eficaz. O manual deve incluir informações sobre o processo de atendimento ao cliente, procedimentos de pedidos, práticas de higiene e segurança alimentar, instruções sobre como lidar com reclamações e sugestões de como melhorar a experiência do hóspede.

Além disso, o manual deve ser atualizado regularmente para refletir as mudanças nas políticas e procedimentos do hotel, bem como para incorporar novas tecnologias ou práticas de negócios. Ele também deve ser claro e fácil de entender, para que os funcionários possam usá-lo como uma referência sempre que necessário.

Em resumo, o desafio de criar um manual de *Room Service* é garantir que todas as informações importantes sejam incluídas e que as diretrizes sejam claras e precisas. Com um manual bem elaborado, o hotel pode garantir que o serviço de quarto seja uma experiência positiva e satisfatória para seus hóspedes, contribuindo para a satisfação e fidelização dos clientes e para o sucesso do negócio como um todo.

Esperamos, contribuir para que quem abraça esta profissão ou pretenda fazê-lo, se apaixone e entusiasme, facilitando a sua integração e promovendo o sucesso profissional.

Referências Bibliográficas

- Arnett, D.; Laverie, D.; McLane, C. (2002) Using job satisfaction and pride as internal-marketing tools, *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol.43, pp.87-96.
- Barrows, W. C., Powers, T., & Reynolds, D. (2012). *Introduction to Management in the Hospitality Industry* (10th ed.). John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.
- Barros, L.(2002), *Strategor Política Global da Empresa*, 2ª edição.
- Blokdyk, G. (2022). *Hotel Room Service Complete Self-Assessment Guide*. 5STARCook's Publishers, ISBN: 978-0655199083
- Chon, K.-S., & Sparrowe, R. T. (2001). *Atención al Cliente en Hostelería: Vol. Vol. 1*.
- Corrêa, G. M. (2016). *Universidade Federal Fluminense departamento de turismo faculdade de turismo e hotelaria curso superior de tecnologia em hotelaria*.
- Gastaldo, G. (n.d.). *Gabriel Gastaldo Blog*. Retrieved March 27, 2023.
- Guidara, W. (2022). *Unreasonable Hospitality: The Remarkable Power of Giving People More Than They Expect*. Optimism Press, ISBN: 978-0593418574
- Gonçalves, I. (1980). *Viajar na Idade Média: Através da Península em Meados do Século XIV*.
- Jian-Wu, B., Liu, Y. & Zhang, J. (2020) Exploring asymmetric effects of attribute performance on customer satisfaction in the hotel industry. *Tourism Management*, 77, 1-18.
- Joseph, W. (1996) Internal Marketing builds service quality, *Journal of Health Care Marketing*, Vol.16, nº1, pp.54-59.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism* (2nd ed., Vol. 1). Prentice-Hall, inc.
- Lockwood, A.; Jones, P. (1984) *People and the Hotel and Catering Industry*, London: Holt, Rinehart and Winston, Ltd.
- Marques, J. A. (2006). *Introdução à Hotelaria* (A. F. Lamares, Ed.). CEM Artes gráficas.

- Moser, F. (2002). Manual de Gestão de Alimentação e Bebidas.
- Oliveira, M. (2018). *Politécnico do Porto Escola Superior de Hotelaria e Turismo Teresa Ribeiro Barrote O departamento de Private Dining do The Ritz London: a criação de um evento temático.*
- Pinheiro, Magda. (2008). *Cidade e caminhos de ferro* (CEHC, Ed.). Centro de estudos de história contemporânea portuguesa.
- Prince, D. J. (1904). The Code of Hammurabi. *THE AMERICAN JOURNAL OF THEOLOGY*, 601–609.
- Quintas, M. A. (2006). *Organização e Gestão Hoteleira: Vol. Vol.1 (1ª)*. Oteltur - Consultores de Hotelaria e Turismo, Lda.
- Ritz, C. (n.d.). *César Ritz: Vol. s.d.*
- Santos, F. M. (2012). *Universidade Federal de Santa Catarina Centro de Filosofia e Ciências Humanas Programa de Pós-Graduação em Geografia.*
- Santos, N., & Dias, R. (2017). *UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE FACULDADE DE TURISMO E HOTELARIA CURSO SUPERIOR DE BACHAREL EM TURISMO HOTELARIA DE LUXO NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO: Avaliação dos serviços sob a percepção do cliente.*
- Santos, V. (2017). *Cortesias, Etiqueta & Protocolo na Hotelaria de Luxo do Hoteleiro aos Hóspedes* (Chiado, Ed.; 2ª).
- Snell, L., & White, L. (2009). An exploratory study of the application of internal marketing in professional service organizations. *Services Marketing Quarterly*, 30(3), 195–211.
<https://doi.org/10.1080/15332960902993460>
- Solomon, M. & Humler, H. (2019). *The Heart of Hospitality: Great Hotel and Restaurant Leaders Share Their Secrets*. Select Books Inc, ISBN: 978-1590794890
- Sturman, M., Corgel, J. & Verma, R. (2011). *The Cornell School of Hotel Administration on Hospitality – Cutting Edge Thinking and Practice*. John Wiley & Sons Inc, ISBN: 978-0470554999

Tanji, H. (2016). Hotel Room Service Training Manual. CreateSpace Independent Publishing Platform. ISBN: 9781534655645

Walker, J. (2017). *Introduction to hospitality*.

Wikipédia, a enciclopédia livre.

https://pt.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_de_Hamurabi (15 de fevereiro de 2021)

Q. Yu e B.R. Barnes, a Published in: 2010 IEEE International Conference on Management of Innovation & Technology, página 708

<https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/5492731/authors#authors> (15 de fevereiro de 2021)

Vocabulário Técnico

Termos técnicos de A a Z

A

Acordo de Permuta

Consiste na troca de prestações de serviços, comprar e vender sem utilizar moeda corrente, somente por meio da troca de bens ou serviços.

Exemplo: Oferecemos alojamento aos atores de uma telenovela e estes, por sua vez, fazem publicidade do hotel durante 10 segundos.

A&B

Designa o departamento de alimentos e bebidas, também designado por departamento de *F&B*. Área responsável pela produção das preparações alimentares a serem servidas nos diversos pontos de venda de empreendimento turístico.

Amenities/Amenity (páginas, 173, 175 e 176)

Ao nível nacional designamos por *amenities* os artigos de simpatia que o hotel dá ao cliente tais como champô, cremes, sabonetes, touca do cabelo, entre outros. Ao nível internacional diz respeito às características e facilidades de um empreendimento turístico. Também usamos *amenity* para colocar no quarto como por exemplo, fruta, champanhe e morangos.

Associados

Colaboradores da empresa que trabalha numa determinada secção.

B

Back-Office é toda a área de receção que não é visível pelo cliente. Exemplo: cofres, faxes, administração e telefones.

Back of the house

Áreas de serviço que não são de acesso direto ao cliente exemplo: *back-office* da receção, cozinha, balneários do pessoal.

Black-List (Lista Negra)

São clientes que, por diversos motivos, não são do agrado do hotel. Exemplo: não pagam, roubam, sujaram tudo ou destroem a propriedade do hotel.

Básico diário uma espécie de jornal diário que tem informação interna para todos os colaboradores feita diariamente. Normalmente tem a ocupação do hotel, chegada de *Vip's* e os que já estão no Hotel. Tem a chegada dos grupos e os que se encontram em casa, *fam trips* como o seu programa.

Benchmarking termo que vem do inglês e define o processo usado para avaliar o desempenho de um ativo financeiro em relação ao desempenho de outros ativos financeiros identificados como sendo os de melhor desempenho no sector (ou categoria de investimento). Também é usado para definir o processo de melhoria da gestão de uma empresa através da implementação de melhores práticas e da adaptação de processos com base na experiência própria ou na observação da atividade de empresas ou organizações concorrentes. O objetivo do *benchmarking* é o de efetuar uma análise comparativa dos procedimentos adotados pela empresa com aqueles adotados pelos seus concorrentes, na tentativa de melhorar o desempenho da empresa.

Booking elaboração de reservas (alojamento ou outros serviços).

Booking-Fee é uma taxa que a agência de viagens cobra pelas reservas que faz num determinado hotel.

Buffet é um sistema de servir refeições em que os alimentos são colocados numa área pública onde os clientes se servem.

Brigada

É um conjunto de colaboradores de determinada secção ou departamento, nome usado para determinar genericamente o conjunto de pessoas que trabalham em uma secção.

Exemplo: brigada de restaurante, brigada de *room-service* entre outros.

Briefing pequena reunião para explicar o serviço e criar a solução que o cliente procura, ou seja, é como mapear o problema e, com as pistas identificadas, ter ideias para criar soluções.

Brunch (Breakfast + Lunch)

É uma refeição ligeira, começa mais ou menos às 11h30/12h00 e termina às 15h e consiste na junção do pequeno-almoço com o almoço, substituindo uma das refeições.

C

Carne bovina maronesa (DOP). Na vitela, a cor rosa, com alguma gordura uniformemente distribuída e de cor branca, no novilho, com cor vermelho-clara com moderada gordura intramuscular de cor marfim e músculo de grão finíssimo, com consistência firme e ligeiramente húmido; e na vaca, com cor vermelha-escura, com forte gordura intramuscular de cor marfim e músculo com consistência firme e húmido. O aroma é simples e delicado, a suculência é extraordinária e o “flavor” é excecional, proporcionando sensações olfativas e gustativas ímpares. A zona de produção estende-se pelos concelhos de Alijó, Mondim de Basto, Murça, Ribeira de Pena, Vila Pouca de Aguiar e Vila Real, e, ainda, parte dos concelhos de Amarante, Boticas, Cabeceiras e Celorico de Basto, Chaves, Montalegre e Valpaços.

Cartão de débito Função inserida nos cartões eletrónicos de contas correntes, que permite a realização de compras com débito automático em conta corrente, utilizando a *password* do seu cartão. O dinheiro sai da conta no momento, ou no primeiro dia útil seguinte.

Cloche cobertura para manter os alimentos quentes e os proteger.

Check-out é o procedimento usado pelas agências de viagens e pela rede hoteleira para identificar a saída de um hóspede de um hotel. Abrange a desocupação.

Cookies biscoitos e bolachas.

Colaborador aquele que colabora, que ajuda outro em suas funções.

D

Diretório de Serviço

Dossier informativo existente em cada quarto onde constam todos os produtos/serviços existentes no hotel, horários, números de telefone internos, facilidades, entre outros. Normalmente apresenta-se em ordem alfabética.

Departure List é a lista de saídas de clientes.

Daily Sales Report

Relatório de gestão, elaborado através do *night-audit* que permite aferir acerca da nossa atividade diária, mensal e respetiva comparação com o budget.

Daily Rate = P.D.C. (Preço Diário Contratado)

É o preço que o cliente paga mediante a modalidade de hospedagem e tipologia de quarto (Hospedagem).

Display são documentos de informação ao cliente existentes em cada quarto e, normalmente, são plastificados.

Dépliant (Flyers) são os folhetos informativos do hotel.

Deadline é o prazo (data-limite) que a entidade possui para confirmar ou cancelar uma reserva previamente elaborada.

Desembolso é quando se retira dinheiro do fundo de manuseio do hotel para se pagar algum serviço solicitado pelo cliente. Esse valor sai do fundo de manuseio, mas passa para a fatura do cliente, o que faz com que o saldo do hotel volte ao que era inicialmente.

Day-use

Refere-se a uma ocupação temporária. É o cliente que utiliza o quarto durante o dia e apenas por algumas horas. É muito utilizado em hotéis de aeroportos para passageiros em trânsito.

Deposit reservation

Corresponde ao depósito que funciona como garantia de reserva.

Downgrade

É quando o cliente recebe um serviço inferior ao que foi contratado. Na maioria dos casos é indenizado.

Duty-free Shop

São lojas onde não é cobrado imposto e por isso os produtos são mais baratos.

Do not disturb

Consiste em colocar à porta do quarto um documento para que a empregada não entre no quarto, nem perturbe o descanso do hóspede.

Door-Knob

Consiste num documento que se coloca na maçaneta da porta do quarto um documento com o pedido do pequeno-almoço.

E

Early check-in

Quando o cliente faz o *check-in* antes do check-in time, isto é, chega antecipadamente exemplo: chega de manhã.

Estada

Período em que o hóspede permanece alojado.

Efficiency room

Acomodação hoteleira que dispõe de cozinha.

Express check-out

Quando o cliente não tem de se deslocar à receção para fazer o *check-out*. Por norma coloca-se o extrato da conta do cliente para que este assine, responsabilizando-se pela reserva.

F

Fam-Tour ou Fam-Trip

Viagem de familiarização. Visa convidar os intermediários do mercado que vendem os nossos serviços para que os conheçam melhor. Normalmente inclui: viagem, alimentação, animação.

FICHA TÉCNICA Uma receita que foi designada a correta para ser usada num restaurante para a produção de uma dada iguaria comida ou bebida. O mesmo que receita padrão.

Fitness-center / health club

Em hotelaria, é um espaço físico destinado às salas de ginástica, sauna, massagem, piscina, estética e serviços de spa.

Forfait

Corresponde a uma viagem sob medida. É o pacote de serviços exclusivamente para um grupo.

Frigo-Bar ou mini-bar

Pequeno frigorífico instalado nos quartos dos hotéis.

Ficha de hóspede ou cardex

Ficha com todos os dados do cliente e históricos das estadias.

Free booking

Venda livre de determinado número de quartos por um agente ou operador turístico.

Free sale - Venda livre

Indica que as reservas podem ser efetuadas sem conferir disponibilidade.

Frequent lodger - Hóspede frequente

Hóspede que se hospeda com alguma frequência no empreendimento turístico, usufruindo de vantagens.

Front Office

Espaço da receção visível ao cliente onde o mesmo é atendido em todos os seus pedidos.

Fully booked

Significa que o Empreendimento turístico está lotado, não podendo aceitar mais reservas de alojamento.

Follow-Up é dar seguimento a qualquer coisa. É quando o departamento comercial após visitar determinados clientes, continua a contactá-los posteriormente à visita para saber da sua vontade em utilizar ou não os nossos serviços.

G

Gap vazio dos conteúdos, falta de informação e competências não adquiridas.

Guest-ledger

Diz respeito a toda a facturação cujo recebimento é a pronto, isto é, liquidada no *check-out* do cliente.

Garantia de No-Show

Garantia do pagamento, mesmo que o cliente não compareça à reserva.

GDS (global distribution system)

Sistema informático de reservas.

Guest services

Departamento que tem como responsabilidade o acompanhamento ao cliente, desde a sua chegada à sua saída, controlando todas as solicitudes do cliente.

Gratuidade

São os # (Quarto) Free ou *Complimentary* dadas a um determinado grupo.

Exemplo: 1 # (Quarto) de oferta por cada 20 *pax* (clientes) pagantes.

Guest-list

É a lista de hóspedes que existem na unidade.

H

Happy hour

Horário compreendido entre 17h às 20h e consiste em oferecer ao cliente algum tipo de benefícios, por exemplo, durante um período as bebidas são vendidas com um preço mais baixo.

High Season

Período de maior fluxo de clientes e hóspedes.

Housekeeping empregado(a) de quartos.

Hot-box equipamento que vai por baixo do carrinho de *room service* para transportar e manter a comida quente.

I

IT (Inclusive Tour)

Dá-se o nome às viagens que têm incluído alojamento.

Exemplo: a TAP tinha um programa “Bom dia, Porto” que consistia em: 1 noite no hotel + 1 almoço num restaurante local.

Itens refere-se as comidas e bebidas dos vários menus.

K

Key card ou keypass

Designação à chave do quarto, em forma de cartão magnético e ao respetivo documento que acompanha a chave, que funciona com a garantia da estadia do cliente e dos serviços incluídos.

L

Lista de Hóspedes

É a listagem de todos os hóspedes que temos instalados na Unidade, com as seguintes informações: in, out, nome, modalidade de hospedagem, número de pessoas e segmento de mercado.

Late check-out

Quando o cliente faz o check-out depois do check-out time, libertando o quarto mais tarde, após as 12h.

Last Minute Booking são as reservas de última hora.

Log-book ou Livro de Ocorrências é o livro existente na receção onde se passa a informação de um turno para o outro, essencialmente, situações anómalas.

Lost and Found é o livro de registo de Perdidos e Achados.

Livro de Reclamações

É obrigatório por lei existir em todos os estabelecimentos de forma a permitir ao cliente registar o seu desagrado.

Após a reclamação, o empreendimento tem 48h para enviar à DGT a justificação da reclamação que acompanha a reclamação do cliente.

Lock-Out

Consiste em bloquear a entrada do cliente ao quarto obrigando-o a passar pela receção (mensagem importante para o cliente, aos clientes residentes, obrigá-los a pagar a fatura semanalmente).

Low Season

Baixa temporada. Período de menor fluxo de cliente e/hóspedes.

M

Mailing List é uma lista de todos os clientes aos quais pretendemos enviar determinada informação.

Exemplo: listagem do mês de maio de todos os clientes que fazem anos e oferecer um jantar. Ou por exemplo para enviar uma brochura sobre a passagem de ano que se realizará no hotel.

Manager é o diretor de uma secção.

Master Key chave mestra, ou seja, uma chave que pode ser usada para abrir uma série de fechaduras diferentes.

Micros sistema de registo, controlo e faturação.

Mini-Tour são as viagens de duração muito curta.

Mixer bebidas que preenchem as bebidas dos clientes, nomeadamente refrigerantes, água tônica e água com e sem gás.

Modalidades de Hospedagem

AP ou B ou EP – mediante a tarifa paga o cliente tem direito apenas ao alojamento.

APA ou BB ou CP– mediante a tarifa paga o cliente tem direito ao alojamento e ao pequeno-almoço.

MP ou HB ou MAP– mediante a tarifa paga o cliente tem direito ao alojamento, ao pequeno-almoço e a uma das refeições principais.

PC ou FB ou AP - mediante a tarifa paga o cliente tem direito ao alojamento, ao pequeno-almoço e às duas refeições principais.

TI ou ALL INCLUSIVE - mediante a tarifa paga o cliente tem direito ao consumo da totalidade dos serviços.

N

Night-audit o empregado que normalmente lida com as funções do agente de receção e algumas das funções do departamento de contabilidade. Isso é necessário pelo fato de que a maioria dos dias fiscais fecham por volta da meia-noite, e a jornada normal de trabalho dos funcionários do departamento contabilidade não se estende para cobrir a esta hora do dia.

Night-Stop consiste na paragem de um avião devido a avarias ou a problemas climatéricos. É a chegada imprevista de um grupo ao hotel. Todas as despesas de alojamento, transferes, entre outros, são pagas pela empresa de aviação.

No-Show é o cliente que não aparece a uma reserva previamente feita. Implica sempre o pagamento da 1ª noite de estadia.

Non Stop

Viagens sem paragem técnica.

O

Ofício

É uma pequena dependência existente em cada andar de grande importância para o serviço de Andares. Destinado à arrumação de todos os materiais e utensílios necessários ao serviço. A localização ideal é junto da coluna dos acessos de forma a facilitar os contactos com a lavandaria e o economato. Da sua organização depende bom funcionamento dos serviços.

Overbooking

É quando aceitamos um número de reservas superior à nossa capacidade de alojamento.

É passível de ser usado em grupos.

Opinion Cards

Documento onde o cliente regista a sua opinião relativamente ao serviço prestado; ótimo instrumento para a melhoria contínua.

Overstay

Quando o cliente prolonga a sua estadia e a data do seu check-out.

OK

Código que indica a confirmação da reserva.

On request (RQ)

Sob pedido.

Oferta Hoteleira

Diz respeito ao número de quartos que uma determinada localização ou hotel.

Out-of-order

Um quarto que por qualquer motivo não pode ser vendido exemplo: avarias, limpeza geral, ameaça de bomba.

P

Pax

Expressão em latim; significa cliente, hóspede, pessoas.

Passante

É o cliente que pode utilizar todos os serviços de hotel, mas que não fica alojado.

Preços Net

Preços que não sofrem qualquer comissão. Exemplo: Contratos com as Agências de Viagem

Preços Confidenciais são os preços que não são dados ao público em geral e resultam de contratos estabelecidos. Exemplo: Agências de viagens e Empresas

Preços comissionáveis

Preços que sofrem ainda o desconto de uma comissão. Exemplo: Voucher de recomendação

Package são os pacotes de serviço.

Exemplo: alojamento + refeições + *transfer* + *city-tour* + viagem

O preço por package é sempre inferior ao somatório destes serviços, individualmente.

Pick-Up são os quartos que não são limpos no turno da manhã, passando a limpeza para o turno da tarde.

R

Room Status (ver status do quarto) é a situação em que o quarto se encontra – sujo, limpo, ocupado bloqueado...

Room-night

Noite de estadia, num ano um hotel com 100 quartos poderá rentabilizar 36.500 *room-nights*.

Rooming-List

É a listagem de nomes de todos os membros pertencentes a um grupo, as respetivas tipologias que vão usufruir e os pedidos especiais.

Rack-Rate (Preços de Balcão)

São os preços atribuídos ao público em geral, nomeadamente aos clientes *Walk-In*.

Release Period

É um período que o hotel ou a agência de viagens possuem para confirmar ou cancelar uma reserva em *Allotment* (2 a 3 meses antes)

Room Service

Serviço de alimentos e bebidas proporcionado no quarto ao cliente; este serviço está disponível ao cliente mediante a categoria da unidade hoteleira.

S

Safe Deposit é um depósito que o cliente paga para poder utilizar o cofre.

Sazonalidade diz respeito à procura de uma determinada unidade hoteleira que varia consoante a localização e o tipo de hotel.

Staff empregados que colaboram na empresa em determinada secção.

Standards linhas orientadoras do serviço e equipamentos do hotel.

Stay-Over é aquele cliente que não sai hoje nem entra hoje pernoitando, pelo menos, até amanhã no hotel.

Status do quarto

Situação em que o quarto se encontra: livre, ocupado, sujo, limpo, bloqueado, preparado para ser vendido, entre outras.

Stewarding empregados que desempenha o trabalho de limpeza da cozinha na copa, controla e higieniza as louças, copos e utensílios das várias secções.

Skipper é o cliente que se vai embora sem pagar a fatura/despesa.

Sleep Out é o cliente que apesar de ter reserva no hotel, não dorme lá naquela noite.

Shift Check-List

É o *check-list* de cada turno.

Stop-Sales é um direito que o hotel tem de pedir à agência de viagens para não vender os quartos em *Allotment* para determinada data.

Mexedor usado nos cocktails para misturar pelo menos duas bebidas.

Suplemento por SGL

Preço que tenho de pagar a mais para usufruir de um quarto individualmente.

Show-Room é uma sala existente no hotel, utilizada para exposições, conferências, espetáculos....

Soft opening

Diz respeito à abertura de um Hotel, apenas com alguns espaços e serviços disponíveis.

Software's micros sistemas de controlo e gestão das receitas.

Stock artigos, produtos ou mercadorias guardadas ou preservadas num armazém ou recinto semelhante para certa finalidade.

Supervisor é a pessoa que supervisiona outra pessoa ou uma atividade.

T

Talonnários são os tickets pré-comprados e que funcionam como método de pagamento aos hotéis. Estes tickets só correspondem ao alojamento. Tudo o resto paga-se.

Tratamento VIP

(*Very Important Person* – Pela posição que ocupa, pelo seu valor no mundo das artes ou por ser de interesse comercial do hotel). Todos os tratamentos VIP devem ser renovados diariamente.

Exemplo: VIP Noivos

Transfere consiste no transporte do cliente de qualquer término de transporte até ao hotel e vice-versa. Implica sempre informação turística.

Taxa de Ocupação é a relação que existe entre o N° de quartos vendidos e o N° de quartos existentes no hotel apresentados em percentagem.

Tournant são os colaboradores que não têm funções definidas e substituem os colegas na sua ausência. (Funcionários polivalentes)

Turn-Over é a rotação de clientes num determinado restaurante.

Exemplo: se um restaurante com a capacidade para receber 100 clientes ficar completo e se a sua rotação for de 2x, no total vieram 200 clientes.

U

Up-selling é uma técnica de vendas onde um vendedor convida o cliente a comprar itens mais caros, upgrades ou outros complementos para gerar mais receita.

Upgrading consiste em oferecer ao cliente 1 # de tipologia superior ao que foi reservado, sem que o cliente pague mais. **IMPORTANTE:** Avisar sempre o cliente que se trata de um caso excepcional.

Pode ser de diversos tipos:

- **Por razões comerciais**

O diretor da Sonae vai passar o fim de semana ao hotel e, em vez do duplo que reservou, oferecemos-lhe uma suite a ele e à mulher de forma a cativá-lo.

- **Devido a qualquer avaria**

Confirmamos a reserva de 1 TW(Twin) mas como o mesmo sofreu uma avaria, trocamos-lo por uma suite.

Understay

Quando o cliente antecipa o seu *check-out* para datas anteriores à prevista.

V

VIP – Very Important Person – pessoa ou personalidade que requer tratamento diferenciado.

Voucher

Documento/Requisição de serviços, emitido por uma agência de viagens onde se especificam serviços reservados e requisitados a favor de um cliente ou grupo de clientes, endereçado a um operador (hotel, restaurante, empresa de aluguer de automóveis, ...)

Valet parking

Estacionamento elaborado por um valet.

W

Waiter empregado de mesa/bar.

Walk-in entrada do hóspede no hotel SEM reserva; é o cliente que não tem reserva, chega ao Hotel solicita tarifas e disponibilidade e fica alojado.

WL = *Waiting List* são reservas em lista de espera, ou seja, são reservas que aguardam a disponibilidade do hotel para que possam ser confirmadas.

Welcome Gift

Oferta de boas-vindas colocados no quarto e não é renovada.

Welcome Drink

São bebidas de boas-vindas que normalmente se oferecem no momento da chegada do grupo ao hotel; servem para que a Guia informe sobre os horários, tarefas e serviços complementares do hotel.

Wake-Up Call é a chamada de despertar.

Welcome tray

Tabuleiro colocado no quarto do cliente com chaleira e ligação elétrica, café, chá e biscoitos.

Apêndices

Apêndices

I. Receitas de *Cocktails*

II. Carta de comida



**I. Receitas de
 *Cocktails***



Margarita

Ingredientes:

45 ml *Tequila*;

20 ml *Triple Sec*;

30 ml Sumo de limão fresco;

2 Colheres de bar de xarope de açúcar.

Preparação:

Junte sal no bordo do copo da Margarita.

Para *Frozen Margarita*: Misture na liquidificadora todos os ingredientes com gelo, enfeite e sirva;

Para *Straight Up Margarita*: Agitar no *shaker* todos os ingredientes com cubos de gelo, enfeite e sirva;

Para *Margarita on the Rocks*: Agite todos os ingredientes com cubos de gelo, enfeite e sirva.

Decoração:



Copo:





Sex on The Beach

Ingredientes:

45 ml *Vodka*;

20 ml *Peach schnapps*;

10 ml Licor de *cassis*;

60 ml Sumo de Laranja;

60 ml Sumo de Arando.

Preparação:

Deite todos os ingredientes num *shaker* com cubos de gelo;

Agitar bem;

Coe num copo cheio de gelo.

Decoração:



Copo:





Pina Colada

Ingredientes:

45 ml *Light rum*;

80 ml Sumo de ananás;

10 ml *Malibu coconut rum*;

30 ml Natas de coco.

Preparação:

Deite todos os ingredientes num *shaker* com gelo picado;

Agite bem;

Coe num copo de gelado cheio de gelo.

Decoração:

Copo:





Tequila Sunrise

Ingredientes:

60 ml *Tequila*;

120 ml Sumo de laranja;

15 ml *Grenadine*.

Preparação:

Deite a tequila e o sumo de laranja num copo de cocktail com cubos de gelo. Mexa. Deite lentamente a *grenadine* à volta da borda interna do copo, afunda-se e sobe lentamente para misturar com os outros ingredientes naturalmente.

Decoração:



Copo:





Mojito

Ingredientes:

60 ml *Light rum*;

2 Colheres de bar de açúcar amarelo;

6-8 Folhas de hortelã e metade de uma lima;

Club soda podemos substituir por água castelo.

Preparação:

Coloque o açúcar, as folhas de hortelã, e um pouco de *Club soda* num copo de *long drink*. Macere bem para dissolver o açúcar e para libertar o sabor de hortelã.

Esprema o sumo de ambas as metades da lima para dentro do copo. Deite metade da lima no copo. Adicione o rum. Mexa. Encha o copo com cubos de gelo. Adicione o resto do *club soda*.

Decoração:



Copo:





Long Island Iced Tea

Ingredientes:

20 ml *Vodka*;
20 ml *Light rum*;
20 ml *Gin*;
20 ml *Tequila*;
20 ml *Triple sec*;
20 ml *Sour mix*;
Coca-cola.

Preparação:

Deite os espíritos e misture *sour mix* no *shaker* com gelo.

Agite por 2 segundos. Despeje num copo de *highball*.

Encha o copo com coca-cola.

Decoração:



Copo:





Mai Tai

Ingredientes:

30 ml *Light rum*;

30 ml *Dark rum*;

15 ml *Amaretto*;

15 ml *Triple sec*;

15 ml *Lime juice*.

Preparação:

Deite todos os ingredientes exceto o rum escuro num *shaker* com cubos de gelo. Agitar bem. Coe para um copo cheio de gelo rachado ou picado. No topo deite o *rum* escuro.

Decoração:



Copo:





Alabama Slammer

Ingredientes:

20 ml *Vodka*;

20 ml *Southern Comfort*;

20 ml *Amaretto*;

20 ml *Gin*;

70 ml Sumo de Laranja.

Preparação:

Deite todos os ingredientes num *shaker* com gelo.

Agitar bem.

Deite a mistura num copo cheio de gelo.

Decoração:



Copo:





Americano

Ingredientes:

60 ml *Campari*;

60 ml *Sweet vermouth*;

Club soda.

Preparação:

Encha um copo de *highball* com gelo.

Building com o *Campari* e o vermute.

Encha o copo até acima com *club soda*.

Decoração:

Copo:





Babel-on the Rocks

Ingredientes:

30 ml *Vodka*;

30 ml Licor de Café;

30 ml Natas.

Preparação:

Deite o licor de café e *vodka* num copo cheio de pedras de gelo.

Coloque metade do copo com natas e no topo.

Decoração:

Copo:

Metade de natas no topo.



Bellini

Ingredientes:

50 ml Sumo de pêssgo ou puré de pêssgo;

120 ml Champanhe.

Preparação:

Deite o sumo de pêssgo ou o puré de pêssgo num *flute* de champanhe.

Adicione lentamente o Champanhe.

Decoração:

Copo:





Big Bamboo (*shooter*)

Ingredientes:

60 ml *white rum*;

30 ml *Dark rum*;

10 ml *Triple sec*;

60 ml Sumo de Laranja;

60 ml Sumo de ananás;

15 ml Xarope de açúcar simples.

Preparação:

Deite todos os ingredientes num shaker com gelo.

Agite bem.

Coe para dentro de 4 copos de *shot*.

Copos:



Black Russian

Ingredients:

80 ml *Vodka*;

40 ml Licor de café.

Preparação:

Deite o licor de café sobre os cubos de gelo do copo. Adicione a *vodka* sobre ele, enfeite e sirva.

Decoração:

Copo:





Bloody Mary

Ingredientes:

30 ml *Vodka*;

325 ml Mistura refrigerada de *Mary*.

Preparação:

Bloody Mary Mix: (2.5 litros) 1 limão espremido, 2 litros de sumo de tomate, 50 ml molho *Worcestershire*, 4 gotas de tabasco, 2 colheres de bar de pimenta, ½ colher de bar de pimenta *cayenne*, ½ colher de bar de sal, ½ colher de bar de pimenta preta, borda do copo com pimenta e sal. Encha o copo com gelo, despeje a *vodka* e encha o copo com *bloody mary mix*, enfeite e sirva.

Decoração:

Copo:



Bronx

Ingredientes:

45 ml *Gin*;

15 ml *Dry vermouth*;

15 ml *Sweet vermouth*;

50 ml *Sumo de laranja*.

Preparação:

Deite todos os ingredientes num *shaker* com cubos de gelo.

Agite bem.

Coe num copo de *cocktail* refrigerado.

Decoração:

Copo:





Brandy Alexander

Ingredientes:

45 ml *Brandy*;

30 ml Creme de cacau escuro;

30 ml Natas;

Noz-moscada moída para enfeite.

Preparação:

Deite os ingredientes num *shaker* com cubos de gelo.

Coloque todos os ingredientes no copo de *cocktail* refrigerado.

Decoração:

Copo:



Caipirinha

Ingredientes:

60 ml Cachaça;

8 Gomos de lima;

2 Colheres de bar de açúcar amarelo.

Preparação:

Coloque os gomos de lima e o açúcar num copo. Macere bem para criar uma pasta. Despeje a cachaça. Encha o copo com gelo picado. Mexa bem.

Decoração:

Copo:



~



Caipirini

Ingredientes:

60 ml Cachaça;

8 Gomos de lima;

2 Colheres de bar de açúcar amarelo;

30 ml *Sour mix*.

Preparação:

Coloque os gomos de lima e o açúcar num *shaker* de cocktails. Macere e, em seguida, agite o conteúdo no *shaker*.

Adicione a cachaça e encha o *shaker* com gelo.

Agite bem.

Coe num copo de *cocktail* refrigerado.

Decoração:



Copo:





Champanska

Ingredientes:

30 ml *Vodka*;

30 ml Sumo natural de lima;

100 ml Champanhe.

Preparação:

No copo de mistura, misture a *vodka* e o sumo de lima.

Deite devagar o champanhe numa *flute* de champanhe.

Adicione a mistura de *vodka* e lima ao champagne.

Copo:





Chi-Chi

Ingredientes:

60 ml *Vodka*;

30 ml *Blue curacao*;

30 ml Creme de coco fresco ou abacaxi enlatado;

Uma colher de gelado de baunilha.

Preparação:

Deite todos os ingredientes numa liquidificadora. Misture até ficar liso. Despeje num copo de margarita refrigerado. Se a mistura se revelar demasiado espessa, adicione sumo; muito fino adicionar gelo ou gelado.

Decoração:



Copo:



Cuba Libre

Ingredientes:

60 ml *Rum*;

15 ml Sumo natural de lima;

120 ml Coca-cola.

Preparação:

Deite o *rum* e o sumo de lima num copo cheio de gelo.

Coloque por cima coca-cola.

Decoração:



Copo:





Daiquiri

Ingredientes:

60 ml *Light rum*;

15 ml *Triple sec*;

30 ml Sumo natural de lima;

10 ml Xarope de açúcar simples.

Preparação:

Combine todos os ingredientes num liquidificador.

Misture bem a alta velocidade.

Despeje num copo de *cocktail*.

Decoração:



Copo:



Gimlet

Ingredientes:

80 ml *Light rum*;

50 ml Sumo natural de lima;

10 ml Xarope de açúcar simples.

Preparação:

Deite os ingredientes num *shaker* com gelo. Agitar bem. Coe os ingredientes para o copo de *cocktail* refrigerado.

Decoração:



Copo:





French 75

Ingredientes:

10 ml Gin;

10 ml Sumo natural de limão;

10 ml Xarope de açúcar simples;

120 ml Champanhe.

Preparação:

Deite o sumo de limão, o gin e o xarope de açúcar simples num *shaker* com cubos de gelo.

Agite bem. Coe para um copo de champanhe gelado.

Adicione cuidadosamente o champanhe.

Copo:





Gin Fizz

Ingredientes:

60 ml *Gin*;

30 ml *Sour mix*;

½ Colher de bar açúcar fino;

Club Soda.

Preparação:

Colocar gelo no shaker de seguida o gin, *sour mix* e açúcar e coar para dentro de um copo *highball* sobre dois cubos de gelo.

Encha com *Club soda*, mexa e sirva.

Decoração:



Copo:



Gibson

Ingredientes:

75 ml *Gin*;

5 ml *Dry vermouth*;

Preparação:

Deite os ingredientes num copo de mistura com cubos de gelo.

Mexa bem.

Coe num copo de cocktail refrigerado.

Decore com a cebola o cocktail.

Decoração:



Copo:





Grasshopper

Ingredientes:

30 ml Creme de cacau, branco;

30 ml Creme de menta, verde;

30 ml Natas.

Preparação:

Deite os ingredientes num *shaker* com cubos de gelo.

Agite bem.

Coe os ingredientes para um copo de *cocktail* refrigerado.

Decoração:



Copo:





Hurricane

Ingredientes:

45 ml *Light rum*;

45 ml *Dark rum*;

45 ml Sumo de Maracujá;

30 ml Sumo de Laranja natural;

1 Uma colher de bar de xarope de açúcar;

1 Colher de bar de *grenadine*.

Preparação:

Esprema o sumo de meio limão para o *shaker* sobre o gelo. Deite os restantes ingredientes no shaker. Agite bem. Coe num copo *highball*.

Decoração:



Copo:





Irish Coffee

Ingredientes:

45 ml *Irish Whiskey*,

75 ml Café quente;

2 Colheres de bar de açúcar amarelo;

50 ml Natas batidas.

Preparação:

Deite o café, o *whiskey* irlandês e o açúcar mascavado num copo ou caneca *Irish coffee*.

Mexa bem.

As natas batidas no topo do copo.

Decoração:



Copo:





Kamikase

Ingredientes:

45 ml *Vodka*;

30 ml Sumo natural de lima;

30 ml *Triple sec*.

Preparação:

Deite os ingredientes num shaker com cubos de gelo. Agite bem. Coe os ingredientes para um copo de *cocktail* refrigerado.

Decoração:



Copo:



Kir

Ingredientes:

10 ml Creme de *cassis*;

100 ml Vinho branco seco.

Preparação:

Coloque o creme de *cassis* em um copo de vinho.

Adicione lentamente o vinho branco seco.

Decoração:



Copo:





John Collins

Ingredientes:

45 ml *Bourbon Whiskey*;
30 ml Sumo natural de limão;
15 ml Xarope de açúcar simples;
Club soda.

Preparação:

Despeje o *Whiskey bourbon*, sumo de limão e xarope de açúcar num copo *highball* cheio de cubos de gelo.

Mexa bem.

Preencha com *Club soda*.

Decoração:



Copo:



Lemon Drop

Ingredientes:

45 ml *Vodka*;
25 ml Sumo de Limão natural;
2 Colheres de bar de açúcar.

Preparação:

Deite a *vodka*, o sumo de limão e o açúcar num *shaker* com cubos de gelo.

Agite bem.

Coe os ingredientes deite os num copo de shot.

Decoração:





Manhattan

Ingredientes:

60 ml *Bourbon whiskey*,

30 ml *Sweet vermouth*,

1 Colher de bar de *Angostura bitters*.

Preparação:

Deite os ingredientes num copo de mistura com cubos de gelo. Mexa bem.

Coe para um copo de *cocktail* refrigerado.

Decoração:



Copo:





Metropolitan

Ingredientes:

45ml *Cognac VSOP*,

30 ml *Sweet vermouth*;

1/2 Colher de bar de Xarope de açúcar simples.

2 Colheres de bar de *Angostura bitters*.

Preparação:

Deite o brandy, o *Sweet vermouth*, o xarope de açúcar e os *angostura bitters* num *shaker* com cubos de gelo.

Agitar bem.

Coe para um copo de *cocktail* refrigerado.

Decore com coentro.

Decoração:



Copo:



Mimosa

Ingredientes:

45 ml Sumo de Laranja natural;

105 ml Champanhe fresco.

Preparação:

Coloque os ingredientes na ordem dada num *flute* de champanhe.

Decoração:



Copo:





Napoleon

Ingredientes:

- 60 ml *Gin*;
- 1 Colher de Bar de Licor de laranja;
- 1 Colher de bar *Dubonnet Rouge*;
- 1 Colher de bar *Fernet Branca*.

Preparação:

Deite os ingredientes num misturador com gelo. Mexer bem. Coe em um copo de cocktail refrigerado.

Decoração:

Copo:



Negroni

Ingredientes:

- 30 ml *Gin*;
- 30 ml *Sweet vermouth*;
- 30 ml *Campari*;

Preparação:

Deite os ingredientes no copo com cubos de gelo. Mexa bem.

Decoração:

Copo:





Old Lay

Ingredientes:

40 ml *Gold tequila*;

20 ml *Triple sec*;

10 ml Sumo de lima;

2-3 Colheres de morango *grenadine*.

Preparação:

Deite a *tequila*, o *triple sec* e o sumo de lima num *shaker* com gelo.

Agita bem. Coe para um copo de *cocktail* refrigerado. Adicione algumas gotas de *grenadine*.

Decoração:



Copo:



Planter's Punch

Ingredientes:

45 ml *Dark rum*;

20 ml *Lemon juice*;

5 ml *Grenadine*;

Club soda.

Preparação:

Deite todos os ingredientes, exceto o *club soda*, num *shaker* cheio de cubos de gelo.

Agitar bem.

Coe num copo de *highball* com cubos de gelo.

Cubra o copo com o *club soda*.

Decoração:



Copo:





Rob Roy

Ingredients:

60 ml *Scotch whiskey*;

5 ml *Sweet vermouth*;

Angustura bitters a gosto.

Preparação:

Deite os ingredientes num copo misturado com gelo. Mexa bem. Coe em um copo de *cocktail* refrigerado.

Decoração:

Copo:





Rum Runner

Ingredientes:

45 ml *Gold rum*;

15 ml *Blackberry liqueur*;

15 ml Creme de banana;

120 ml Sumo de Laranja natural;

1 Colher de bar de grenadine.

Preparação:

Deite todos os ingredientes num misturador com gelo.

Agite bem. Sirva num copo de *cocktail* refrigerado. Opcional: Deite os ingredientes no liquidificador com aproximadamente 3/4 no copo da liquidificador de gelo e misture até ficar liso.

Decoração:



Copo:





Rusty Nail

Ingredientes:

60 ml *Scotch whiskey*;
20 ml Licor de laranja.

Preparação:

Deite os ingredientes num copo *on the rocks* com cubos de gelo. Mexa bem.

Decoração:



Copo:



Salty Dog

Ingredientes:

60 ml *Vodka*;
120 ml Sumo natural de toranja;
Sal para bordadura do copo.

Preparação:

Misture todos os ingredientes num misturador com gelo. Coe para dentro do copo de *cocktail* com bordadura salgada e decore com meias rodela de limão.

Decoração:



Copo:





Sangria

Ingredientes:

120ml *ginger ale*; 60ml xarope de açúcar simples

200ml *club soda*; 45 ml *Curaçao*;

20 ml *Brandy*; 1x750 ml garrafa de vinho tinto;

Sumo de uma laranja; Sumo de um 1 limão ou lima;

6 Rodelas de laranja e limão finamente fatiadas para decoração;

1 pêssigo fresco fatiado finamente para decoração;

Preparação:

Prepare todos os ingredientes (de preferência durante a noite)

Misture bem o vinho tinto, *curaçao*, *brandy*, sumos de fruta e acrescente o xarope de açúcar. Coe numa jarra gelada com gelo. Adicione o *club soda*. Decore com fatias de laranja, limão e pêssigo. Dá para 24 doses.

Decoração:



Copo:





Screwdriver

Ingredientes:

60 ml *Vodka*;

120 ml Sumo de Laranja natural.

Preparação:

Coloque os ingredientes diretamente no copo *on the rock* 's com gelo.

Mexa bem.

Decoração:



Copo:



Sidecar

Ingredientes:

60 ml *Cognac*;

30 ml Licor de laranja;

10 ml Sumo de limão natural.

Preparação

Despeje todos os ingredientes num *shaker* com cubos de gelo. Agite bem.

Coe para um copo de *cocktail* refrigerado.

Copo:





Tequila Slammer (*Shooter*)

Ingredientes:

30 ml *Tequila*;

30 ml *Sprite* ou *Seven-up*.

Preparação:

Deite os ingredientes num copo de *shot*.

Cubra o copo com um guardanapo e a mão.

Bata o copo no balcão do bar.

Beba enquanto ainda está a borbulhar.

Copo:



Whiskey Sour

Ingredientes:

45 ml *Bourbon*;

20 ml Sumo de Limão natural;

20 ml Xarope de açúcar simples.

Preparação:

Deite o *Whiskey bourbon*, limão e Xarope de açúcar simples num *shaker* com cubos de gelo.

Agite bem.

Coe para um copo de champanhe refrigerado

Decoração:

Copo:





White Lady

Ingredientes:

60 ml *Gin*;

30 ml Licor de laranja;

30 ml Sumo natural de limão.

Preparação:

Deite os ingredientes num *shaker* com cubos de gelo. Agite bem. Coe para o copo de *cocktail* refrigerado.

Decoração:

Copo:



White Russian

Ingredientes:

60 ml *Vodka*;

30 ml Licor de café;

30 ml Natas.

Preparação:

Despeje o licor de café e a *vodka* num copo *old-fashioned* com gelo. Cubra suavemente com as natas.

Decoração:

Copo:





Zanzibar

Ingredientes:

30 ml *Gin*;

10 ml *Dry vermouth*;

20 ml Sumo de Limão natural;

Bastantes gotas de *Campari*;

2 Colheres de bar de Xarope de açúcar simples.

Preparação:

Deite os ingredientes num liquidificador com gelo rachado. Misture bem. Despeje num copo *on the rocks* refrigerado.

Decoração:



Copo:



II. Carta de comida de *Room Service*



Salada Caesar

Ingredientes:

Alface, pedaços de bacon;

Croutons, ovos picados;

Queijo parmesão;

Molho César.

Condimentos:

Pão e Manteiga.

Set-Up:

Faca de entrada e garfo de entrada.



Sopa de cogumelos

Ingredientes:

Cogumelo trufa preta;

Natas, palito de *paprika* crocante;

Cogumelo salteado, óleo de trufas pretas;

Condimentos:

Pão e Manteiga.

Set-Up:

Colher de Sopa.



Salmão fumado

Ingredientes:

Marinado com *endro*, creme de lima, alface;

Focaccia torrada e condimentos;

5 fatias de salmão marinado caseiro.

Condimentos:

Pão torrado e manteiga.

Set-Up:

Faca de entrada e garfo de entrada.



Hamburguer de vaca

Ingredientes:

220 gr puro hambúrguer de carne Maronesa magro;

Pão de sésamo.

Ovo frito, bacon e queijo cheddar.

Condimentos:

Ketchup.

Batata frita.

Set-Up:

Faca de jantar e garfo de jantar.



Club Sandwich

Ingredientes:

Torradas, frango grelhado, bacon de ovo frito;

Alface iceberg, tomate, maionese.

Condimentos:

Ketchup.

Batata frita.

Set-Up:

Faca de jantar e Garfo de jantar.



Spaghetti Bolonhesa

Ingredientes:

Spaghetti;

Molho de Bolonhesa;

Queijo parmesão;

Manjericão Doce, *pesto*, azeitona, alho, molho de tomate.

Condimentos:

Pão e Manteiga.

Queijo parmesão.

Set-Up:

Garfo de jantar e colher de jantar.



Spaghetti. Carbonara

Ingredientes:

Spaghetti;

Natas culinárias batidas;

Queijo Pecorino Romano;

Ovos, bacon, azeitonas, sal e pimenta preta.

Condimentos:

Pão e Manteiga.

Queijo parmesão.

Set-Up:

Garfo de jantar e colher de jantar.



Spaghetti Neapolitan

Ingredientse:

Spaghetti;

Azeite;

Tomate maduro;

Pimenta preta e sal, manteiga sem sal
folhas de manjerição.

Condimentos:

Pão e Manteiga.

Queijo parmesão.

Set-Up:

Garfo de jantar e colher de jantar.



Pizza Margarita

Ingredientes:

Molho de tomate fresco;

Queijo *mozzarella* e manjericão.

Condimentos:

Molho de Tabasco.

Set-Up:

Faca de jantar e garfo de jantar.



Pizza de marisco

Ingredientes:

Camarão tigre;

Ameijoas, lulas, salmão;

Tomate cherry, alho, manjericão;

Queijo *mozzarella* fresco.

Condimentos:

Tabasco.

Set-Up:

Faca de jantar e garfo de jantar.



Pizza Vegetariana

Ingredientes:

Molho de tomate fresco;

Mix vegetais;

Queijo *mozzarella* e manjeriço.

Condimentos:

Tabasco.

Set-Up:

Faca de jantar e garfo de jantar.



Pizza Pepperoni

Ingredientes:

Pepperoni, Salsicha de *calabrese*;

Cogumelos, bacon, cebola, azeitonas;

Molho de tomate fresco;

Queijo *Mozzarella*.

Condimentos:

Tabasco.

Set-Up:

Faca de jantar e garfo de jantar.



Bife

Ingredientes:

200 gr de cubos de bife de carne Maronesa;

Pimentos doces e pimentos vermelhos;

Molho de ostra;

Batatas fritas.

Condimentos:

Ketchup.

Set-Up:

Faca de jantar e garfo de jantar.



Costela de cordeiro grelhado

Ingredientes:

Costela de cordeiro;

Batata, beringela, cebola;

Molho balsâmico.

Condimentos:

Pão e Manteiga.

Set-Up:

Faca de jantar e Garfo de jantar.



Posta mirandesa

Ingredientes:

250 gr de bife da vitela;
Batata assada e legumes salteados;
Molho vinho tinto.

Condimentos:

Azeite.

Set-Up:

Faca de jantar e garfo de jantar.



Prato de queijo

Ingredientes:

Variedade de Queijo;
Fruta, frutos secos;
Bolacha.

Condimentos:

Pão e manteiga.

Set-Up:

Faca de sobremesa e garfo de sobremesa.



Prato de fruta

Ingredientes:

Sete tipos de frutas sazonais tropicais frescas: Maçã, uva, papaia, kiwi, manga, melancia e ananás.

Set-Up:

Faca de sobremesa e garfo de sobremesa.



Tiramisu

Ingredientes:

Biscoitos simples;
Manteiga derretida;
Mascarpone e ovo;
Açúcar refinado;
Essência de baunilha e natas;
Kahlua e café forte;
Cacau em pó.

Set-Up:

Faca de sobremesa e garfo de sobremesa.



CheeseCake

Ingredientes:

Creme de queijo;

Manteiga, bolachas;

Açúcar, Aromatizante de baunilha;

Ovo, chocolate;

Morangos laminados;

Sour Cream.

Set-Up:

Faca de sobremesa e garfo de sobremesa.



Gelado

Ingredientes:

À sua escolha:

Baunilha, morango, café, chocolate, mirtilo, manga...

Set-Up:

Colher de sobremesa

Anexos

Anexos

- I. Lista de *amenities***
- II.* Lista de *amenities* do *Room Service***
- III. Fichas técnicas de *amenities***
- IV. Carta de *Room Service***
- V. Cartão de remover**
- VI. Door-Knob***

I. Lista de amenities



Lista de Amenities | Amenities List

Bon Appetit!



PRAIA D'EL REY
CLUB & SPA RESORT
Algarve



Green Amenitie

Refresque-se com a nossa selecção de maçãs frescas acompanhadas de uma garrafa de água mineral.

Refresh yourself with our selection of apples along with a bottle of mineral water.

Preço / Price 7,50€



PRAIA D'EL REY
CLUB & SPA RESORT
Algarve



O melhor da Região | Best of our Region

Prove o que há de melhor na nossa região através de uma selecção de chás e bolinhos.

Delight yourself with the best from our region with our tea selection and biscuits.

Preço / Price 14€



PRAIA D'EL REY
CLUB & SPA RESORT
Algarve



Queijo & Vinho | Cheese & Wine

Saboreie a nossa selecção de queijos acompanhada por uma garrafa de vinho da região.

Taste our cheese selection along with a bottle of red regional wine.

Preço / Price 22€



PRAIA D'EL REY
CLUB & SPA RESORT
Algarve



O melhor de Portugal | Best of Portugal

Delicie-se com a nossa pastelaria tradicional acompanhada por duas garrafas do licor de ginja de Óbidos em copos de chocolate.

Delight yourself with our traditional pastry and two bottles of Óbidos cherry liquor in chocolate cups.

Preço / Price 25€



PRAIA D'EL REY
CLUB & SPA RESORT
Algarve



Romântico | Romantic

Celebre uma data especial com uma oferta excepcional: trufas de chocolate combinadas com um magnífico espumante.

Celebrate a special date with an exceptional treat: chocolate truffles and a magnificent sparkling wine.

Preço / Price 40€



PRAIA D'EL REY
CLUB & SPA RESORT
Algarve



Kids

Para os mais pequenos propomos algo irresistível: brownies de chocolate e pintarolas.

For the little ones an offer they can not resist: brownies and smarties.

Preço / Price 12,50€





Aniversário | Anniversary

Celebre o seu aniversário connosco com um delicioso bolo.

Celebrate your birthday with tasteful birthday cake.

Preço / Price 18€









Outras Sugestões

Other Suggestions

Poderá criar a sua oferta conforme a ocasião e o seu gosto pessoal.

You may also create an amenity, depending on the occasion and preference.

SELECÇÃO DE FRUTA FRUIT SELECTION	5,00€
MORANGOS COM CHOCOLATE CHOCOLATE COVERED STRAWBERRIES	8,00€
SINFONIA DE CHOCOLATE ASSORTED CHOCOLATE PASTRY	9,00€
SELECÇÃO DE PASTELARIA REGIONAL SELECTION OF REGIONAL PASTRY	12,00€
FRUTA FRESCA LAMINADA SELECTION OF SLICED FRUIT	13,00€
BROWNIES	15,00€
SELECÇÃO DE QUEIJOS CHEESE SELECTION	16,00€
GARRAFA DE VINHO TINTO DA REGIÃO BOTTLE OF REGIONAL RED WINE	17,00€
GARRAFA DE ESPUMANTE BOTTLE OF SPARKLING WINE	32,00€
GARRAFA DE CHAMPAGNE BOTTLE OF CHAMPAGNE	75,00€
GARRAFA DE LICOR DE GINJA REGIONAL CHERRY LIQUOR	28,00€
GARRAFA DE VINHO DO PORTO VINTAGE BOTTLE OF VINTAGE PORT WINE	29,00€



II. Lista de Amenities do Room Service



Hotel Da Praia, SA

12-06-12

Amenities List RS

05:42

Name	Room No.	Room Type	Arr. Date	Dept. Date	Prs.	Res. Status	Dept. Name	Trace Text	Status
VIP	Comments		Special Requests						

Room Class GENR

Trace Date 12-06-12

Costa,Nuno,Sr	127	GVNK	11-06-12	15-06-12	3	CKIN	RS	VIP STANDARD (Cesto de Fruta e Água Mineral) Request By: Concierge Delivery Time: UA Charge To: PM 9022 Obs:	Unresolved
---------------	-----	------	----------	----------	---	------	----	--	------------

J2

Filter From Date 12-06-12 To Date 12-06-12
Room Class All
Department RS
Status ALL
Sort Order Room No.
Include Reserved Checked-In Due Out

Page 1 of 1

gitraces

Filter From Date: 12-06-12 To Date: 12-06-12
Room Class: All
Department: RS
Status: ALL
Sort Order: Room No.
Include: Reserved Checked-In Due Out

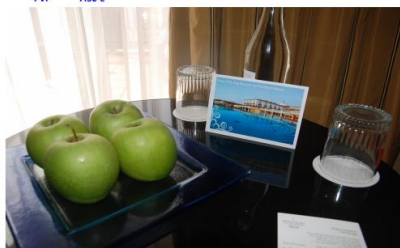
Page 1 of 1

gtraces

III. Fichas técnicas dos *amenities*

AMENITIE GREEN

SUGESTÃO J2 - 2 e 3 estadia
Composto por: Água 1/2 L + 4 maçãs + Postal de desconto 20% num tratamento no Spa (excepto tratamentos essenciais)
Aplicável a: V2 - Clientes Beltico
 V3 - Amenity Arrival Gift (Incentivo à Venda do Quarto)
 V5 - Amenity include in the room rate
 J2 - 2 e 3 estadia
Aplicável a: Pacote Experience Family Fun
 Pacote Experience Sunrise
 Pacote Experience Full relax
Preço para ventilação interna em pacotes
 1.50 €
PVP 7.50 €



Nota : Outras promoções ou ofertas poderão ser adicionais por época ou pontualmente (ex: benefícios F&B)

AMENITIE REGION

SUGESTÃO J2 - 4 e 5 estadia
Composto por: 6 bolinhos secos + selecção de chá + água 1/2 litro + Postal com 20% desconto no Spa (excepto tratamentos essenciais)
Aplicável a: GIS - Clientes com preço Junior Suite e Suite
 GRR - Clientes com preço de Rack fora da época alta
 J2 - 4 e 5 estadia
Preço para ventilação interna em pacotes
 2.25 €
PVP 14.00 €



Nota : Outras promoções ou ofertas poderão ser adicionais por época ou pontualmente (ex: benefícios F&B)

AMENITIE CHEESE & WINE

SUGESTÃO J2 - 6 à 8 stadia
Composto por: selecção de queijos (prato portugueses) + 1 garrafa de Cervejais tinto 375 ml + 1 água 1/2 litro + Postal com 20% desconto no Spa (excepto tratamentos essenciais)
Aplicável a: J2 - 6 à 8 stadia
 GPS - Clientes com preço Suite Presidencial
 Pacote Experience Know about us
Preço para ventilação interna em pacotes
 5.00 €
PVP 22.00 €



Nota : Outras promoções ou ofertas poderão ser adicionais por época ou pontualmente (ex: benefícios F&B)

AMENITIE BEST OF PORTUGAL

SUGESTÃO J2 - 9 ou mais estadias
Composto por: 4 pasteis de Nata + 2 garrafas mini de ginja 5 cl + água 1/2 litros + Postal com 20% desconto no Spa (excepto tratamentos essenciais)
Aplicável a: J2 - 9 ou mais estadias
 Pacote Experience Know and Try
Preço para ventilação interna em pacotes
 6.50 €
PVP 25.00 €



Nota : Outras promoções ou ofertas poderão ser adicionais por época ou pontualmente (ex: benefícios F&B)

AMENITIE ROMANTIC

SUGESTÃO J2 - 9 ou mais estadias

Composto por: Set de trufas de chocolate + garrafa espumante Vintage Loridos + 1/2 l água + Postal com 20% desconto no Spa (excepto tratamentos essenciais)

Aplicável a Aniversários de Casamento / Noites de Nupcias / Luas de Mel
Pacote Experience Romantic

Preço para ventilação interna em pacotes
8.50 €
PVP 40.00 €



Nota : Outras promoções ou ofertas poderão ser adicionais por época ou pontualmente (ex: benefício F&B)

AMENITIE KIDS

SUGESTÃO

Composto por: Brownies e pintalóras + 1/2 l de Água

Aplicável a VIP Crianças
Para Crianças ate aos 11 anos

Preço para ventilação interna em pacotes
1.15 €
PVP 12.50 €



AMENITIE ANIVERSARY

SUGESTÃO

Composto por: Bolo de aniversario + 1/2 litros de água + 20% desconto no Spa

Aplicável a Aniversários / Aniversários de Casamento

Preço para ventilação interna em pacotes
2.00 €
PVP 18.00 €



Hotel da Praia, SA		Utilizadores		steiveira				
Recipe		Created		12-07-2012 11:34				
		Last Changed		steiveira				
AMENITIE ANIVERSARY								
								
Portions	COS	COS %	MU %	CM	CM %	Net	S.Price	
1.00	1.499	10.24%	876.25%	13.135	89.76%	14.634	18.000	
Controlled by: _____								
Date: _____								
Info								
Ingredients 2 COPOS DE AGUA DO QUARTO								
2 BASES								
2 PRATOS DE SOBREMESA								
2 SETS DE TALHERES + GUARDANAPO								
POT QTY	Unit	Loss	ACT QTY	Unit	Article No.	Component	COS	COS %
1.	1.000 Sk		1.00	Sk	OPERA		1.326	9.06
2.	1.000 Sk		1.00	Sk	VITALIS RET. 50CL		0.114	0.78
3.	0.056 Sk		0.06	Sk	VELAS ANIVERSARIO REF. 390		0.059	0.40

Recipe Page 1

Hotel da Praia, SA		Utilizadores		steiveira				
Recipe		Created		12-07-2012 13:52				
		Last Changed		steiveira				
AMENITIE BEST OF PORTUGAL								
								
Portions	COS	COS %	MU %	CM	CM %	Net	S.Price	
1.00	5.145	25.31%	295.04%	15.180	74.69%	20.325	25.000	
Controlled by: _____								
Date: _____								
Info GPS - Clientes com preço Suite Presidencial								
J2 - 9 ou mais estadias								
Ingredients 2 copos de agua do quarto								
4 bases								
4 guardanapos cocktail em triângulo								
POT QTY	Unit	Loss	ACT QTY	Unit	Article No.	Component	COS	COS %
1.	1.000 Sk		1.00	Sk	VITALIS RET. 50CL		0.114	0.56
2.	0.120 kg		0.12	kg	MINI NATAS		0.780	3.84
3.	0.030 Sk		0.03	Sk	COPOS DE CHOCOLATE TIPO 2 - 72 UNI		0.051	0.25
4.	0.007 Sk		0.01	Sk	PAU CANELA UNI 150 SAQ		0.036	0.18
5.	2.000 Sk		2.00	Sk	GINJA MINIATURA 5 CL		4.064	20.00
6.	0.005 kg		0.01	kg	HORTELA		0.100	0.49

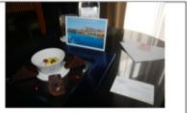
Recipe Page 1

Hotel da Praia, SA		Utilizadores		steiveira				
Recipe		Created		10-07-2012 16:59				
		Last Changed		steiveira				
AMENITIE CHEESE&WINE								
								
Portions	COS	COS %	MU %	CM	CM %	Net	S.Price	
1.00	3.760	21.02%	375.69%	14.126	78.98%	17.886	22.000	
Controlled by: _____								
Date: _____								
Info J2 - 6 à 8 stadia								
Ingredients 2 COPOS AGUA DO QUARTO								
2 COPOS VINHO								
6 BASES								
1 CLODIE								
2 PRATOS SOBREMESA								
2 SETS DE TALHERES + GUARDANAPO								
POT QTY	Unit	Loss	ACT QTY	Unit	Article No.	Component	COS	COS %
1.	1.000 Sk		1.00	Sk	206 CEREJEIRAS TTO 375 ML		0.863	4.83
2.	1.000 Sk		1.00	Sk	VITALIS RET. 50CL		0.114	0.64
3.	0.080 Sk		0.08	Sk	BOLACHA VIEIRA AGUA E SAL 125 GR		0.029	0.16
4.	0.080 Sk		0.08	Sk	MINI TOSTA MASTERCHEF 120 GR		0.001	0.01
5.	0.040 kg		0.04	kg	MORANGO		0.062	0.35
6.	0.030 Sk		0.03	Sk	DOCE ABOBORA CASEIRO PEQ ALMOÇO 1K		0.085	0.48

Recipe Page 1

Hotel da Praia, SA				Utilizadores		steveira		
Recipe				Created: 09-07-2012 11:44		10-07-2012 17:00		
				Last Changed: 10-07-2012 16:08		steveira		
AMENITIE GREEN								
								
Portions	COS	COS %	MU %	CM	CM %	Net	S.Price	
1.00	1.167	19.14%	422.54%	4.931	80.86%	6.098	7.500	
				Controlled by: _____				
				Date: _____				
Info V2 - Clientes Belico; V3 - Amenity Arrival Gift (Incentivo à Venda do Quarto); V5 - Amenity include in the room rate; J2 - 2 e 3 estadia Ingredients 2 COPOS DE AGUA DO QUARTO 3 BASES 4 GUARDANAPOS PAPEL EM TRIANGULO								
POT QTY	Unit	Loss	ACT QTY	Unit	Article No.	Component	COS	COS %
1.	0.900 kg		0.90	kg		MACAS GRANNY SMITH VERDE	1.053	17.27
2.	1.000 Sk		1.00	Sk		VITALIS RET. 50CL	0.114	1.87

Recipe Page 1

Hotel da Praia, SA				Utilizadores		steveira		
Recipe				Created: 01-07-2012 17:01		10-07-2012 17:00		
				Last Changed: 10-07-2012 16:38		steveira		
AMENITIE KID'S								
								
Portions	COS	COS %	MU %	CM	CM %	Net	S.Price	
1.00	0.935	9.20%	986.95%	9.228	90.80%	10.163	12.500	
				Controlled by: _____				
				Date: _____				
Info VIP Crianças Ingredients 2 COPOS AGUA DO QUARTO 4 GUARDANAPOS COCKTAIL EM TRIANGULO 3 BASES PAPEL								
POT QTY	Unit	Loss	ACT QTY	Unit	Article No.	Component	COS	COS %
1.	0.013 Sk		0.01	Sk		25086 BROWNIE 80 GR 50 UNI	0.541	5.32
2.	1.000 Sk		1.00	Sk		SMARTIES 38GR	0.280	2.76
3.	1.000 Sk		1.00	Sk		VITALIS RET. 50CL	0.114	1.12

Recipe Page 1

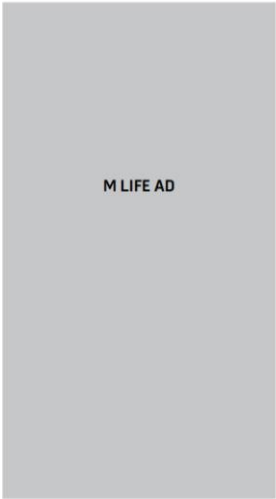
Hotel da Praia, SA				Utilizadores		steveira		
Recipe				Created: 02-07-2012 14:53		10-07-2012 17:01		
				Last Changed: 10-07-2012 16:31		steveira		
AMENITIE REGION								
								
Portions	COS	COS %	MU %	CM	CM %	Net	S.Price	
1.00	1.764	15.50%	545.24%	9.618	84.50%	11.382	14.000	
				Controlled by: _____				
				Date: _____				
Info G3S - Clientes com preço Junior Suite e Suite; GRR - Clientes com preço de Rack fora da época alta; J2 - 4 e 5 estadia Ingredients 2 copos de agua do quarto 3 bases 1 leiteira com leite 1 bule de chá 4 guardanapos papel (triângulo) 2 chuveiras + pires + colheres								
POT QTY	Unit	Loss	ACT QTY	Unit	Article No.	Component	COS	COS %
2.	1.000 Sk		1.00	Sk		VITALIS RET. 50CL	0.114	1.00
3.	0.080 kg		0.08	kg		MORANGO	0.125	1.10
4.	0.210 kg		0.21	kg		MINI FEIJAO	1.365	11.99
5.	0.020 Sk		0.02	Sk		DELTA CHA PRETO 100 UNID	0.070	0.62
6.	0.200 Sk		0.20	Sk		LEITE AMANHECER M/GORDO 1 LT	0.090	0.79

Recipe Page 1

Hotel da Praia, SA				Utilizadores		steixeira		
Recipe				Created		12-07-2012 13:53		
				Last Changed		steixeira		
AMENITIE ROMANTIC								
								
Portions	COS	COS %	MU %	CM	CM %	Net	S.Price	
1.00	6.868	21.12%	373.50%	25.652	78.88%	32.520	40.000	
				Controlled by: _____				
				Date: _____				
Info				Aniversarios de Casamento / Noites de Nupcias / Luas de Mel / Pacotes Romanticos				
Ingredients				2 COPOS AGUA DO QUARTO				
				2 FLUTES				
				1 BALDE DE GELO VERDE				
				5 BASES PAPEL				
				4 GUARDANAPOS DE COCKTAIL EM TRIANGULO				
POT QTY	Unit	Loss	ACT QTY	Unit	Article No.	Component	COS	COS %
1.	8.000 Sk		8.00	Sk		trufas chocolate	1.008	3.10
2.	0.040 kg		0.04	kg		MORANGO	0.062	0.19
3.	1.000 Sk		1.00	Sk		VITALIS RET. 50CL	0.114	0.35
4.	1.000 Sk		1.00	Sk		LORIDOS VINTAGE	5.684	17.48
Recipe							Page 1	

IV.Diretório de quarto e carta de *Room Service*



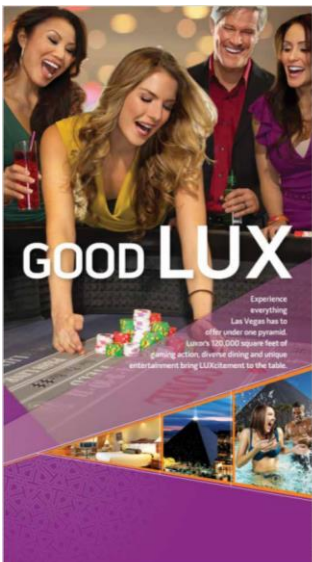


M LIFE AD

TV CHANNEL GUIDE

2 CNN	30 MTV
3 KSNV - NBC	31 ViVi
4 ESPN	32 Comedy Central
5 KVVU - FOX	33 Vegas TV
6 KVCW - The CW	34 Nickelodeon
7 TBS	35 C-SPAN
8 KLAS - CBS	36 FOX News
9 Telemundo	37 Bloomberg
10 KLVX - PBS	38 MeTV Channel
11 WGN	73 National Geographic
12 KVMY - MyLVTV	75 M life
13 KTNV - ABC	83 Luxor Hotel Information
14 Univision	84 Excalibur Information
15 CNBC	85 Mandalay Bay Information
16 TNT	87 Luxor Entertainment Information
17 USA	90 E! Entertainment
18 MSNBC	91 Biography
19 Lifetime	92 CC TV
21 ESPN2	93 Golf Channel
22 Headline News	94 Game Show Network
23 AMC	100 ESPN Classic
24 The Weather Channel	101 KMCC - Viasat/Vision
25 Discovery	102 Conference Channel
26 A&E	
27 Fox Sports West	
28 Disney	
29 SPKE	

TV CHANNEL GUIDE



GOOD LUX

Experience everything Las Vegas has to offer under one pyramid. Luxor's 100,000 square feet of gaming action, diverse dining and unique entertainment bring LUX to life to the table.

TELEPHONE INSTRUCTIONS

Dialing Instructions

Luxor Hotel Number	702.252.4000
Guest Fax	702.252.4404
Emergency (Luxor Security)	Extension 85
Luxor Security Dispatch	801
Las Vegas Metro Police Dispatch	702.228.3111
Rooming Agent	Extension 0
Hotel Operator/Wake-up Call	Extension 0
Messages	Extension 4470
Front Desk	Extension 4402

Room-to-Room Dialing

Floors 1-9	Dial 9 + Room Number
Floors 10-30	Dial Room Number

Local Calls

	9 + Number
	9 + 431

Directory Assistance
Within and Outside Nevada (\$1.75)

Long-Distance Calls

Toll-free Number	9 + 1 + Area Code + Number
Direct Dial	9 + 1 + Area Code + Number
Credit Card and Collect Calls	* + 3 + 4
日本へのご国際電話	* + 3 + 4
デジタル・コール・システム	
又はコネク・コール	
ダイヤル・システム	
日本へのご国際電話	* + 3 + 4
Llamadas por cobrar y con tarjeta de crédito. Solo Marquee	

International Calls

Direct	9 + 011 + Country Code + City Code + Number
Credit Card	Dial 0 for the Operator

Telephone Charge

Luxor 800 number and domestic long-distance calls are inclusive in your Resort Fee.

Operator services for this phone are provided by:
8800 Communications/Comdis Operator Services
778 West Tyler, Longview, Texas 75601
800.332.2944

Customers have the right to obtain access to the international carrier rates of their choice and may contact their preferred long-distance carrier for information on obtaining that service. Service using this telephone, international rates are provided by the local telephone company which may vary by area. All charges listed are subject to change without notice.

TELEPHONE INSTRUCTIONS

CRISS ANGEL AD

CASINO INFORMATION

Please note, any person under 21 years of age shall not:

Play, be allowed to play, place wagers or collect winnings, whether personally or through an agent, from any gambling game, slot machine, racetrack, sportsbook or pari-mutuel wagering.

Later, or be permitted to later, in or about any room on premises wherein any licensed game, racetrack, sports pool or pari-mutuel wagering is operated or conducted.

Casino Cashier

Extension 5600

M life Desk

Extension 5630

Experience M life, the rewards program where you earn benefits for virtually every dollar you spend. All you have to do is enjoy select hotel, dining, entertainment and spa experiences – along with slots and table games – and you'll earn your way toward amazing rewards. Sign up today at the M life desk inside the casino.

Poker

Extension 5510

Whether you play Seven-card Stud or Texas Hold'em, you'll find our friendly staff ready to deal your game. Limit spreads \$1 – \$5 Seven-card Stud and \$1 – \$4 – \$8 Texas Hold'em. A daily tournament schedule is always posted.

Race & Sportsbook

Extension 0

Luxor offers a full-service state-of-the-art Race & Sportsbook with giant screen TVs and multiple monitors to watch your game. Pari-mutuel wagers are taken for sportsbooks all across the country. 24-hour payoffs on sports are offered. Located on the Casino floor.

CASINO INFORMATION

SAFETY

Please familiarize yourself with this valuable safety information to prepare you in the event of an emergency. If you have any questions, please do not hesitate to contact us by dialing extension 4411 from the telephone in your room.

Door Lock Instructions

Please engage the privacy deadbolt lock by turning the knob above the door handle clockwise while in your room. Upon exiting your room, always make sure your door is securely closed.

FIRE SAFETY

In Your Room

Take note of the Emergency Exit Diagram and Instructions behind the guest room door. This will provide you with a reference point for where your room is located on your floor. In addition, familiarize yourself with the emergency exits, portable extinguishers and locations of alarms.

All guest rooms and hallways are provided with smoke detectors, sprinklers, strobe lights, alarm indicators and public address speakers. Locate the emergency exits on your floor. Walk to each exit and count the number of doors between your guest room door and the emergency exit door. In the event of a fire, door signs could be obstructed by smoke.

In Case of Alarm

In case of an actual emergency, you will receive instructions via the public address system in your room. Listen for the instructions that will be given over the public address system before taking action.

To Report an Emergency

In case you need emergency assistance, dial 85 on your telephone. Luxor Security will respond and request any other emergency assistance (fire department, paramedics, ambulance, etc.) if necessary.

If You Cannot Leave Your Room

Stay calm. Do not panic. Relax and think clearly.

Stay in the room—it is the safest place to be.

Dial 85 on your telephone. Report your name and location.

Turn off the air conditioner to prevent possible smoke from entering the room.

SAFETY

Fire Emergency Tips

Fill your bathtub or shower pan and sink with water. Use your ice bucket or trash can to carry water when necessary. Moisten towels or other cloths and stuff them under your door. This can prevent possible smoke from entering in through the space under your door. Stuff air vents with wet cloths to prevent possible smoke from entering into your room.

Exiting the Room in a Fire Emergency

To exit, feel your guest room door with the back of your hand. If it is too hot to touch, DO NOT OPEN IT.

If you open the door and there is smoke or fire in the hallway and you cannot exit safely, remain in your room.

If the hallway contains little or no smoke, calmly proceed to the nearest exit. Please take your room key card with you.

Feel the walls of the corridor while exiting. While moving toward the exit, keep close to the wall and low to the floor if it is dark and smoky. The air is cooler and clearer near the floor. Once you reach the exit stairwell, proceed quickly and calmly down and out of the building.

Exit with caution. Test the exit door for heat before opening it. Look for thick smoke in the stairwell. If there is thick smoke, try another exit or return to your room.

In case of fire, NEVER use the elevators to evacuate.

Security officers will be available at the emergency exits to provide assistance and information.

Fire Safety Tips

Do not smoke in bed.

Do not leave lighted cigarettes in ashtrays.

Remove appliance plugs from electrical outlets when not in use.

Report electrical hazards to extension 4475.

Do not cook in your room.

Do not splash water near electrical outlets.

Security

In case of emergency, contact Luxor Security. For all non-emergencies, contact Las Vegas Metro Police.

Extension 85

8 • 828.3111

SAFETY

SAFETY

JABBAWOCKEEZ AD

ENTERTAINMENT & ATTRACTIONS

To purchase tickets, call extension 4400 or visit any Luxor Box Office



CRISS ANGEL® Believe™ from Cirque du Soleil

Criss, The Magician of the Century, has amazed hundreds of millions on television and online. Now YOU can experience his mega-hit LIVE. Witness OVER 40 mind-blowing illusions at Luxor Las Vegas!



Jabbawockeez

The World Famous Jabbawockeez have danced into the brightest light on the Strip with an all new Headlining Resident Show, PRISM, that they perform at their newly built custom theater. Wearing their iconic white mask and gloves, audiences will be captivated by their intricate and synchronized dance routines. Get your tickets now and be ready to Wock Into The Light!



Carrot Top

Carrot Top describes himself as a culmination of George Carlin ("observational humor"), Steven Wright ("dark, tick humor") and Gallagher ("the props"). Whatever his style, Carrot Top - with his trademark mop of red hair - is rocking Las Vegas night now! Don't miss the best comedic entertainment in Las Vegas!



FANTASY

Celebrating 18 successful years on The Strip, FANTASY was named "Best Showgirl" in the Las Vegas Review-Journal's 2012 Best of Las Vegas poll and has shared itself into one of Las Vegas' leading topless shows.



Menopause The Musical®

Menopause The Musical is a 90-minute production which includes 25 re-jigged tunes from the '50s and '70s and culminates with a salute to women who are experiencing "The Change." Come see what nearly 11 million fans all over the world are laughing about!

ENTERTAINMENT & ATTRACTIONS

To purchase tickets, call extension 4400 or visit any Luxor Box Office



BODIES...The Exhibition

Experienced by more than 15 million people worldwide, BODIES...The Exhibition offers an intimate and informative view into the human body. Using an innovative preservation process, the Exhibition showcases real full bodies and organs, providing a detailed, three-dimensional vision of the human form rarely seen outside of an anatomy lab.



Titanic: The Artifact Exhibition

Titanic: The Artifact Exhibition is an unprecedented opportunity to travel back in time and experience the wonder and tragedy of the world's most famous ocean liner, Titanic. This is the only place to see the largest pieces ever recovered from the ocean floor.



SCORE! Interactive Sports Exhibit

SCORE! is a 10,000 square foot interactive sports exhibit allows you to "be the legend" by participating in challenges such as an NFL-themed stick handling drill, baseball speed pitch, NASCAR-themed pit stop challenge and more. You can even discover memorabilia you won't find anywhere else including World Series trophies and the largest and most diverse collection of game worn jerseys anywhere.

CARROT TOP AD

TENDER-F&B

DINING
To make a reservation, call extension 4852

FINE DINING

TENDER steak & seafood – One of Vegas' top rated steakhouses

CONTEMPORARY DINING

Rice & Company – Traditional Chinese and Sushi


T&T (Tacos & Tequila) – Casual Mexican

CASUAL DINING

Public House – Casual cocktails, comfortable food, spectacular sports


MORE The Buffet – Something for everyone


Pyramid Cafe – Refined American fare


Backstage Deli – Quick bites on the go


Food Court – Gourmet coffee to full-size meals

DINING

DINING
To make a reservation, call extension 4852

BARS & LOUNGES

Centra Bar & Lounge – Experience the pyramid's center of energy


Aurora – Lounge with enticing cocktails in a sultry atmosphere


Flight – Great place to play and party


High Bar – Enjoy your favorite drink within an intimate setting


Playbar – Watch your favorite games and enjoy signature drinks



FANTASY AD

DINING

To book an appointment, call 800.258.9308



Nurture Spa and Salon

Escape and unwind at Nuture Spa and Salon. Choose from an array of soothing massages, signature facials and body treatments as well as professional hair, nail and makeup services. Soak up all of the benefits our spa has to offer, including the eucalyptus steam bath, dry sauna and whirlpools.

In addition, we offer a fitness center complete with circuit training equipment, cardiovascular equipment and free weights. When you look good you feel good.



OASIS Pool

Oasis pool is truly a gem in the desert. Featuring four large pool areas totaling 79,000 square feet, it is the perfect place to take a dip, relax in a Jacuzzi or soak in the sun. Oasis can be enjoyed seasonally.

MENOPAUSE AD

IN-ROOM DINING MENU

Served 24 Hours. Dial extension 4730

Roasted Bagel Cream cheese	9
Assorted Cereals Choice of Corn Flakes, Special K, Raisin Bran, Frosted Flakes, Granola with dried bananas and 2	10
Steel Cut Oats With brown sugar	11
The Continental Freshly baked breakfast pastries, fresh orange juice or grapefruit juice or coffee or tea	19
All American Breakfast Two fresh eggs cooked to order & your choice of ham, bacon, pork link or turkey sausage, served with hash browns and toast	21
New York Steak & Eggs 8 to 10 Angus steak slices with two farm-fresh eggs or any style, hash browns & toast	22
French Toast Sautéed French toast with powdered sugar	28
Country Fried Steak & Eggs* Chicken fried steak smothered with sausage gravy, two eggs any style, hash browns & toast	31
Early Rise Waffle* Two fresh eggs & hash browns, shredded cheese, chorizo & pico de gallo, wrapped in a cheese tortilla, served with sour cream & guacamole	32
Fresh Biscuits & Sausage Gravy Buttermilk biscuits with sausage gravy	33
Seasonal Sliced Fresh Fruit Platter Serves 160	34
Cheese Omelet (Individual size eggs whites or Eggs Bénédict or any omelet, add 1) Omelet of 1 egg, Cheddar, Swiss or Monterey Jack cheese served with toast & hashbrowns or sliced tomatoes. Choice of three: ham, dried turkey, onions, paprika, tomatoes, mushrooms or mushrooms	35
Chilled Shrimp Cocktail Homemade cocktail sauce	22

DELUXIOUS

Pictures are worth a thousand words, but you only need one to describe the dining experiences at LUXE — sensational. From the Asian inspired flavors of Beef & Company to a perfectly cooked filet at TENDER Steak & Seafood, we have exactly what you're craving.

IN-ROOM DINING MENU

IN-ROOM DINING MENU		IN-ROOM DINING MENU	
Served 24 Hours. Dial extension 4730		Served 24 Hours. Dial extension 4730	
Buffalo Chicken Wings	16	Tabbouleh Lettuce Wraps	16
Tossed in our favorite sauce & served with your choice of blue cheese or ranch dressing (mild, medium or hot wing sauce, honey BBQ sauce)		Garbanzo beans, roasted tomato & walnuts with a pomegranate vinaigrette dressing sauce	
Breaded Chicken Tenders	18	Substitute a chicken breast or portabella mushroom on any burger	
Tossed in your favorite sauce, lightly breaded with your choice of blue cheese or ranch dressing.		Classic Cheeseburger*	18
Served with French fries		Your choice of American, Monterey Jack, Swiss or Cheddar Cheese, served with our seasoned French fries or buttermilk onion rings	
Chicken Noodle Soup	9	Bacon Cheeseburger*	19
Home made in a traditional style		Apple-wood smoked bacon & your choice of cheese, served with our seasoned French fries or buttermilk onion rings	
French Onion Soup	10	Burgundy Blue Burger*	19
Baked with Swiss cheese & topped with crispy fried onions		Burgundy wine with caramelized sweet red onions & blue cheese, served with our seasoned French fries or buttermilk onion rings	
Seasonal Greens Salad	13	Freshly Baked Cheese Pizza	18
Organic field greens, cucumbers, croutons, tomatoes, carrots & choice of dressing		Our 10" pizzas are made with an Italian four-cheese blend of Mozzarella, Romano, Parmesan & Fontina	
Classic Caesar Salad	18	Choice of three toppings: Roma tomatoes, onions, mushrooms, peppers, prosciutto, Italian sausage, Canadian bacon, chicken	
Romano lettuce, shaved parmesan cheese, croutons & Caesar dressing		Additional Toppings 1.00ea	
Cobb Salad	21	ENTRÉES*	
Romano lettuce, bacon, egg, dried chicken, tomato, avocado, crumbled blue cheese & choice of dressing		Add a dinner salad to any entrée	5
* Contains (or may contain) raw or undercooked ingredients		Grilled Herb Chicken Breast	29
Chicken Caesar on Focaccia	18	Honey balsamic sauce, basmati rice & seasonal vegetables	
Grilled chicken breast, romaine lettuce, shaved parmesan & Caesar dressing. Served with your choice of French fries, potato salad, coleslaw or kettle chips		Spaghetti & Meatballs	22
San Francisco Club	18	Meatballs served with focaccia garlic bread	
Turkey breast, Black Forest ham, apple-wood smoked bacon, lettuce, tomato & mayonnaise on sourdough. Served with your choice of French fries, potato salad, coleslaw or kettle chips		Atlantic Salmon	30
New York Steak Sandwich	22	Pan-roasted anjaruga & basmati ginger rice	
Thinly sliced steak topped with provolone cheese, caramelized red onions, portabella mushrooms & peppercorn mayo on herb ciabatta bread. Served with your choice of French fries, potato salad, coleslaw or kettle chips		New York Steak	45
Reuben on Rye	18	12 oz Angus steak broiled, seasonal vegetables, choice of French fries, roasted potatoes or baked potato	
Corneal beef, Swiss, sauerkraut & thousand island dressing. Served with your choice of French fries, potato salad, coleslaw or kettle chips		With lobster tail 95	
		Australian Lobster Tail	52
		Singer tail, seasonal vegetables, choice of French fries, mashed potato or baked potato	

IN-ROOM DINING MENU		IN-ROOM DINING MENU	
Served 24 Hours. Dial extension 4730		Served 24 Hours. Dial extension 4730	
DESSERTS		Wine by the Glass	10
Häagen-Dazs Ice Cream by the Pint	9	Le Domaine Brut, Fetter Chardonnay	
Vanilla bean, chocolate, banana split, cookie dough, non-fat vanilla yogurt, raspberry sorbet		Sparkling Wine	35
Strawberry Cheesecake	9	Domäne Ste. Michelle, Brut	48
Creamy New York cheesecake style		Mumm Cuvée Réserve	79
Chocolate Fudge Cake	9	La. Mumm Cuvée Réserve	85
Layered chocolate ganache		Mott & Chandon "Bout Imperial"	98
BEVERAGES (Served 24 hours)		Yellow Cuvée "Yellow Label Reserve Cuvée Dom Pérignon"	350
Coffee, Decaf Coffee, Hot Chocolate & Tea		White Wine	
Large pot - 15, Small pot - 12		Robert Mondavi Moscato D'Oro	35
Whole or Skimmed Milk	6	Ferrari-Carano Chardonnay	45
Chilled Juice Glass - 7 Carafe - 10		William Hill Chardonnay	35
Orange juice, grapefruit, tomato, V8, pineapple, cranberry, apple		Robert Mondavi Pinot Noir	50
Iced Teas	7	Beringer White Zinfandel	35
Raspberries, sweetened, unsweetened, green		Red Wines	
Soft Drinks	6	Louis Martin Cabernet	40
Pepsi, Diet Pepsi, Sierra Mist, ginger ale, club soda, tonic		Kendall Jackson Grand Reserve Cabernet	60
ROCKSTAR Energy Drink	7	Robert Mondavi Pinot Noir	55
Red Bull Energy Drink	7	Ferrari-Carano Merlot	50
Aquafina Bottled Water 12 oz. - 7 1 Liter - 9		Spirits	
Perrier Bottled Sparkling Water 11 oz.	8	50 ml	375 ml
Fiji Artesian Water 500 ml - 8 1 Liter - 10		Absolut	125
BEER / SPARKLING WINE / LIQUOR		Grey Goose	165
American Premium	7	Bacardi Superior Light	85
Buschweiser, Bud Light, Michelob Ultra, (0.00% non-alcoholic)		Captain Morgan	85
Imported/Craft Beer	8	Malibu	75
Stella Artois, Dos Equis Lager, Heineken, Heineken Light, Newcastle Brown Ale, Corona Extra		Patron Silver	185
Bucket of 5 Beers	35	Jim Beam	75
Mix and match		Jack Daniel's	135
		Crown Royal	150
		Jalisco Walker Black	185
		The Glenlivet 12 Year Old	175
		Hennessey V.S.	165
		Baileys Irish Cream	115
		Kahlua	105

Luxury in-room dining offers a fully customizable menu for parties of 10 or more, perfect for wedding receptions, business meetings or social parties. For questions or reservations, contact any in-room dining representative at Extension 4730. Reservations required 24 hours in advance.

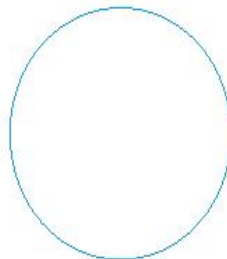
*Contains (or may contain) raw or undercooked ingredients.

An in-room charge of \$4.50 per person will apply to all orders. For your convenience, an automatic 18% gratuity will be added to parties of 6 or more. A \$3 per person plus charge will be added to all non-food or beverage orders.

V.Cartão de remover



VI. Door-Knob



Abilities | Drivings

Sugo de Café/Juice	Laranja Maga/Apple	Orange Torrante/Apple	Grampolito Torrante/Torrante	5,00€
Sugo de laranja natural Freshly squeezed orange juice				6,00€
Café Espresso coffee	Descafeinado Espresso decafeinated			3,00€
Café Duplo Double espresso	Cappuccino			5,50€
Torrão de café americano Pod of American coffee				4,50€
Leite de soja Soya milk				5,00€
Batido de frutas Milkshake				6,00€
Leite com chocolate Chocolate milk	Quente Hot Frio Cold			5,00€
Café Tea:	Preto English breakfast	Earl Grey		4,50€
	Verde Green	Menta Mint		

Tasa de servicio de entrega en su puerta | Hasta 10 kg por envío gratis - 3.500

En leer algunas publicaciones relacionadas con el tema, por favor alerte a otros de su interés en el tema.

*O consumo de carne crua ou mal cozinhada, aves, mariscos, bifes ou magro não aumenta o risco de infecção alimentar.

Si you have any concerns regarding food allergies, please visit www.1800.org

*Consuming raw or under cooked meats, poultry, seafood, shellfish or eggs may increase your risk of food borne illness.

A sua entrega, pedimos que apresente até 25 minutos após a hora designada. Caso não o faça, a sua reserva será cancelada sem aviso!

Your request may be delivered up to 18 months after being ordered. Otherwise, your request will be filled by the hotel.

Prices from \$24.95/box. A box contains 100 capsules.
Prices with VAT included.



Pequeno-Almoço breakfast

replenish



Prés. D^{re} Ray Martez Galt & Branch Robert
Av. Dr. João de Castro nº 1, Vale do Jacaré, 270-430 Anápolis, Orlândia, Paraíba
t: (+353) 282 9125 000 e (+353) 282 9125 000
www.crisis-001-100.com