**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Servicio de recepción hotelera |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 260201066. Registrar huésped de acuerdo con procedimiento y normativa técnica | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 260201066-3. Atender en lengua inglesa los servicios de recepción hotelera empleado estructuras  gramaticales y lenguaje técnico propios de este idioma |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 10 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Check-in: process complementary services |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Expressing oneself in English with fluency is a necessary skill in the globalized world. In the tourism industry, it is a key factor of good service, therefore, we will make a tour in English with the basic knowledge of hospitality, to help you boost your career. |
| PALABRAS CLAVE | hospitality, rates, second language, plans |

| ÁREA OCUPACIONAL | 6 - Ventas y servicios |
| --- | --- |
| IDIOMA | Inglés |

1. **TABLA DE CONTENIDOS**

**Introduction**

**1. Rates**

**2. Comparatives**

**3. Superlatives**

**4. Spelling Names**

**5. Titles**

**6. Reservations**

**7. Types of Clients**

**8. Accommodation**

**9. Payment Forms**

**10. Expressing dates in English**

**11. Seasons**

**12. Mathematical Expressions**

**13. Hours and Schedules**

**14. Descriptive adjectives (Places)**

**15. Special Requirements and Difficult Situations**

**16. Imperatives for basic instructions**

1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS**

Introduction

This module will continue with the development of communicative skills in English.

During the process, you will strengthen the knowledge of hotel technical vocabulary, consolidate mid-level structures, and be located into the language context which will allow you to have more fluid communication to have a better performance in the work environment of the front desk

Introducción

En este módulo, se continuará con el desarrollo de habilidades comunicativas en lengua inglesa.

Durante el proceso, usted afianzará el conocimiento de vocabulario técnico hotelero, consolidará estructuras de nivel medio y se ubicará en el contexto idiomático, lo que le permitirá tener una comunicación más fluida para desenvolverse mejor en el ámbito laboral de la recepción.

| **Rates** It is the value paid by hotel users in exchange for the product or service they use. The rates are composed of the price and other additional concepts and are governed by the supply and demand game in the touristic market. Hotels have various types of rates depending on the market segment they are targeting. Look at some of them. | 1. Tarifas  Es el valor que pagan los usuarios del hotel a cambio del producto o servicio que utilizan. Las tarifas se componen del precio y otros conceptos adicionales, y se rigen por el juego de la oferta y la demanda en el mercado turístico. Los hoteles tienen varios tipos de tarifas dependiendo del segmento de mercado al que se dirigen. Observe algunas de ellas. |
| --- | --- |

Interfaz de usuario gráfica

Descripción generada automáticamente con confianza media

| | Many elements influence the rate setup:   * Hotel category * Type of hotel * Season * Day of the week * Stay Length * Hotel location * Location within the hotel * Room type * Meal plan * Discounts * Individual or group client | *Muchos elementos influyen en la configuración de las tarifas:*   * *Categoría del hotel* * *Tipo de hotel* * *Temporada* * *Día de la semana* * *Duración de la estancia* * *Ubicación del hotel* * *Ubicación dentro del hotel* * *Tipo de habitación* * *Plan de comidas* * *Descuentos* * *Cliente individual o grupal* | | --- | --- | |
| --- | --- | --- |

| Meal Plans Hotels offer plans beside to the accommodation, with the purpose of promoting the second line of the hotel industry, which is the sale of food and beverage services.  Generally, hotels offer the client several plans that are determined by the basic price of the room and the most suitable food option for the client. | *Planes de alimentación*  *Los hoteles ofrecen planes junto al alojamiento con el propósito de promover el segundo renglón de la industria hotelera, que es la venta de servicios de alimentos y bebidas.*  *Generalmente, los hoteles ponen a disposición del cliente varios planes, que están determinados por el precio básico de la habitación y la opción de alimentación más adecuada para el cliente.* |
| --- | --- |

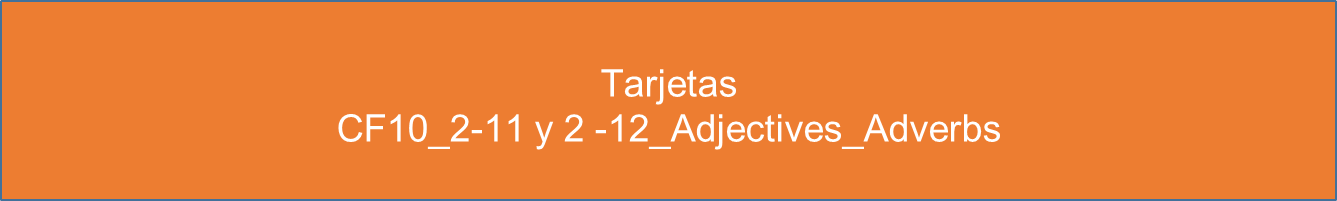
Interfaz de usuario gráfica

Descripción generada automáticamente con confianza baja

| Discounts Discounts are a way of promotion. Through this practice, among other things, the hotels can:   * Promote the brand * Increase the frequency of purchase * Increase sales at certain times * Increase revenue at peak times   Normally, to access a discount, the client must comply with some rules, which are known as "Terms and conditions".  In the market you can find different types of discounts:   * Promotional codes: These are codes made up of numbers or letters and that when applied to payment generate a reduction in value. Example: "GET10". The instruction would show something like: "By entering the code, get a 10% discount on selected items." * Discount plans: Here the discount promotes packaged products: Stay 3 nights x $300 and get all meals for free. * Discounts on nights: This type of discount is intended to increase occupancy on dates with low demand: Pay 3 nights’ accommodation and get the fourth night for free. * Direct discounts: This type of discount uses the strategy of showing the discount and the original price crossed out, to give the customer the perception that they are benefiting. Before ~~$250,000~~ - Today $187,500. Save 25%. | *Descuentos*  *Los descuentos son una forma de promoción. Por medio de esta práctica, se logra, entre otras cosas:*   * *Promover la marca* * *Aumentar la frecuencia de compra* * *Aumentar las ventas en momentos determinados* * *Aumentar los ingresos en los momentos pico*   *Normalmente, para acceder a un descuento, el cliente debe cumplir unas reglas, que se conocen como “Términos y condiciones”.*  *En el mercado, se pueden encontrar diferentes tipos de descuentos:*   * *Códigos promocionales: Estos son códigos compuestos por números o letras y que, al aplicarse al pago, generan una reducción del valor. Ejemplo: “GET10”. La instrucción mostraría algo como: “Al ingresar el código, obtenga un 10% de descuento en artículos seleccionados”.* * *Planes con descuento: Aquí el descuento promueve productos empaquetados: Alójese 3 noches x $300 y obtenga todas las comidas gratis.* * *Descuentos en noches: Este tipo de descuentos busca aumentar la ocupación en fechas con baja concurrencia. Pague 3 noches de alojamiento y obtenga la cuarta noche gratis.* * *Descuentos directos: Este tipo de descuentos usa la estrategia de mostrar el descuento y el precio original tachado, para dar la percepción al cliente de que se está beneficiando. Antes ~~$250.000~~ - Hoy $187.500. Ahorre 25%.* |
| --- | --- |

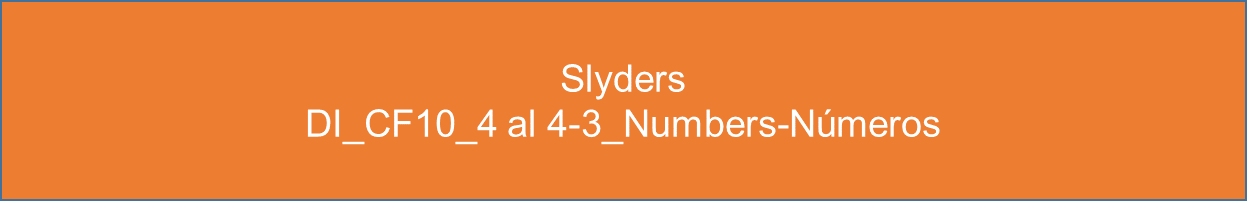
| **Comparatives** The comparative adjectives are used in English to highlight the differences between two objects that they modify.  The grammatical structure to form the comparison is as follows:  Subject + verb + comparative adjective + than + object  Examples:  Pedro + is + faster + than + me.  His room + is + more comfortable + than yours. | ***Comparativos*** *Los adjetivos comparativos se utilizan en inglés para resaltar las diferencias entre dos objetos a los que modifican.*  *La estructura gramatical para formar la comparación es la siguiente:*  *Sujeto + verbo + adjetivo comparativo + than + objeto*  *Ejemplos:*  *Pedro + es + más rápido + que + yo.*  *Su habitación + es + más cómoda + que la tuya.* |
| --- | --- |





| **Superlatives** The adjective when is used in the superlative form describes an object that is at the upper or lower end of a quality. Like the comparative, it is used in sentences in which a subject is compare to a group, according to the following structure:  Noun (subject) + verb + the + adjective in superlative degree + noun (object).  Examples:  Peter + is + the + highest + of the classroom.  Your room + is + the + most comfortable + of the hotel. | *3. Superlativos*  *Cuando un adjetivo se utiliza en forma superlativa, describe un objeto que se encuentra en el extremo superior o inferior de una cualidad. Al igual que el comparativo, se utiliza en oraciones en las que comparamos un sujeto con un grupo, de acuerdo con la siguiente estructura:*  *Sustantivo (sujeto) + verbo + el (la) + adjetivo en grado superlativo + sustantivo (objeto).*  *Ejemplos:*  *Pedro + es + el + más alto + del salón*  *Su habitación + es + la + más cómoda + del hotel* |
| --- | --- |







| **Spelling Names** It will be common in your job as a receptionist to address guests by their names, especially in telephone communication where you will not have eye contact. Spelling names and surnames will be other of the key skills for your work.  Remember that when spelling in English it is better if you use the International Phonetic Alphabet, which is the communication standard used for phonetic transcription. | *4. Deletreando nombres*  *Será común en su labor como recepcionista tener que dirigirse a los huéspedes por su nombre, sobre todo en la comunicación telefónica, donde no tendrá contacto visual. Deletrear nombres y apellidos será otra de las habilidades claves para su labor.*  *Recuerde que al deletrear en inglés es mejor utilizar el alfabeto fonético internacional, que es el estándar de comunicación usado para la transcripción fonética.* |
| --- | --- |

| **Titles** |  |
| --- | --- |
|  |  |

| **Reservations**  A reservation is the beginning of the agreement between the hotel and a natural or legal person, which results in the accommodation contract, in which the former undertakes to provide the accommodation service under specified characteristics and the latter undertakes to use this service on the agreed date, making a payment for it. Based on this concept there are some types of reservations in the hotel environment, such as:   * Confirmed Booking (Not Guaranteed): They are reservations from individuals or intermediaries, in which there is no guarantee. Usually, the hotel sets up a time limit for check-in which usually is at 18:00 hours, after which, if guests do not show up, the reservation is canceled. * Guaranteed Reservation: A guaranteed reservation means that the hotel has a guarantee, usually a confirmation letter, a credit card or a deposit, that ensures that, if guests do not show up on the stipulated date, the hotel will charge a predetermined amount. Usually, the first night of accommodation is charged, although this may vary depending on the booking conditions. * Provisional Reservation (tentative): It is a reservation that is made to then be confirmed or guaranteed. In case of no movement happening with the reservation within a previously stipulated period, the reservation is canceled. * Waiting list booking: When a particular date is fully sold, i.e., occupancy for that night is projected at one hundred percent (100%) of the rooms. In this case the hotel, according to its policy, can receive additional reservations, which will go to a waiting list. In practice, this means that, if any of the previously registered reservations are not submitted, the reservations on the waiting list will come in to replace those reservations. * V.I.P. Reservations: Within hotel slang, the acronym VIP (Very Important Person) is used to identify the reservations of people who require special attention because of their status. These reservations require special attention from all areas of the hotel to ensure the provision of excellent service. * Group Bookings: They are usually bookings they make for groups of more than ten (10) rooms arriving on a date and guaranteed by a company or travel agency. The group's operating conditions are stipulated in previous contracts. * Canceled Bookings: These reservations are generated either by direct request of the customers in case of not being able to honor the reservation or by the hotel due to a special situation which will force it to give it the proper management according to the established policies. * Allotment: In the hotel business, it is the agreement or negotiation with companies, travel agents or airlines, in which these are assigned with a certain number of rooms daily, which are guaranteed, either because they use them or resell them. * No Show: This is not a type of reservation, but it is a condition associated with bookings, and occurs when guaranteed reservations are not presented. This control is very important to carry out since it allows the hotel, among other things, to collect the guarantees, give space to the waiting lists, and use this statistic to complement the forecast. | *6.* Reservas  *Una reserva es el inicio del acuerdo entre el hotel y una persona física o jurídica, que da lugar al contrato de alojamiento, en el que el primero se compromete a prestar el servicio de alojamiento bajo características específicas y el segundo se compromete a utilizar este servicio en la fecha acordada, haciendo un pago por el mismo. Con base en este concepto, existen algunos tipos de reservas en el entorno hotelero, tales como:*  *•Reserva confirmada (No Garantizada): Son reservas de particulares o intermediarios, en las que no hay garantía. Por lo general, el hotel establece una hora límite para el registro, que generalmente son las 18:00 horas, después de lo cual, si los huéspedes no se presentan, la reserva se cancela.*  *•Reserva garantizada: Una reserva garantizada significa que el hotel tiene una garantía, generalmente una carta de confirmación, una tarjeta de crédito o un depósito, que asegura que, si los huéspedes no se presentan en la fecha estipulada, el hotel cobrará una cantidad predeterminada. Por lo general, se cobra la primera noche de alojamiento, aunque esto puede variar dependiendo de las condiciones de reserva.*  *•Reserva provisional (tentativa): Es una reserva que se realiza para luego ser confirmada o garantizada. En caso de que no se produzca ningún movimiento con la reserva dentro de un plazo previamente estipulado, la reserva se cancela.*  *•Reserva en lista de espera: Cuando una fecha en particular se vende por completo, es decir, la ocupación para esa noche se proyecta en cien por ciento (100%) de las habitaciones. En este caso, el hotel, de acuerdo con sus políticas, puede recibir reservas adicionales, que irán a una lista de espera. En la práctica, esto significa que, si no se presenta alguna de las reservas previamente registradas, las reservas en la lista de espera entrarán en sustitución de dichas reservas.*  *•Reservas V.I.P.: Dentro del argot hotelero, el acrónimo VIP (Very Important Person) se utiliza para identificar las reservas de personas que requieren especial atención por su estatus. Estas reservas requieren una atención especial de todas las áreas del hotel para garantizar la prestación de un servicio excelente.*  *•Reservas de grupo: Suelen ser reservas que se realizan para grupos de más de diez (10) habitaciones que llegan en una fecha y están garantizadas por una empresa o agencia de viajes. Las condiciones de operación del grupo están estipuladas en contratos anteriores.*  *•Reservas canceladas: Estas reservas se generan bien por petición directa de los clientes, en caso de no poder cumplir con la reserva, o por el hotel, debido a una situación especial que les obligará a darle el manejo adecuado de acuerdo con las políticas establecidas.*  *•Allotment: En el negocio hotelero, es un acuerdo o negociación con empresas, agencias de viajes o aerolíneas, en el que se les asigna un determinado número de habitaciones diarias, que están garantizadas, ya sea porque las utilizan o las revenden.*  *•No Show: Este no es un tipo de reserva, sino que se trata de una condición asociada a las reservas, y se produce cuando no se presentan las reservas garantizadas. Este control es muy importante de llevar a cabo, ya que permite al hotel, entre otras cosas, recoger las garantías, dar espacio a las listas de espera, utilizar esta estadística para complementar las proyecciones.* |
| --- | --- |

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

| 6.1 Conditions As with any commercial agreement, the reservation is governed by certain conditions. These change according to the policy established by the hotel.  The most relevant conditions or characteristics that the reservation must have are:   * Arrival date * Departure date * Confirmed rate. * Rate inclusions and non-inclusions * Nature of the reservation (flexible, non-refundable) * If advance payment is required and the maximum date to make it * Cancellation Policy * Acceptance   All these terms and conditions must be contained in a document published on the hotel's website or delivered to the booking holder at the time of receiving confirmation. 6.2 Cancellation Fee The cancellation fee is the value stipulated by the accommodation establishment and is charged as compensation in case the reservation is canceled out of the allowed period and the room cannot be re-sold. This value should be described in the cancellation policy.  According to the established conditions, the cancellation fee can be a percentage or the total of the stay. The most common penalty is the value of the first night of accommodation. 6.3 Policies They are agreements established by management between the guest and the establishment and are aimed to clarify the conditions of service provision and the rules of behavior within the establishment. These rules are mentioned on the registration card that the guest signs at the check-in time. In addition to this, a copy of the rules and regulations should also be arranged in all rooms and posted on the website so that guests read and understand the management policies. This may also include local government policies that have to be followed by the guest.  The most common policies and rules are: | *6.1 Condiciones*  *Como cualquier acuerdo comercial, la reserva se rige por algunas condiciones. Estas cambian de acuerdo con la política establecida por el hotel.*  *Las condiciones o características más relevantes que debe tener la reserva son:*   * *Fecha de llegada* * *Fecha de salida* * *Tarifa confirmada* * *Inclusiones y no inclusiones de la tarifa* * *Carácter de la reserva (flexible, no reembolsable)* * *Si se requiere pago anticipado y la fecha máxima para realizarlo* * *Política de cancelación* * *Aceptación*   *Todas estos términos y condiciones deben estar contenidos en un documento publicado en la web del hotel o entregado al titular de la reserva al momento de recibir la confirmación.*  *6.2 Tarifa de cancelación*  *La tarifa de cancelación es el valor estipulado por el establecimiento de alojamiento y que se cobra como compensación en caso de que la reserva sea cancelada fuera del periodo permitido y la habitación no se pueda volver a vender. Este valor debe estar descrito en la política de cancelación.*  *De acuerdo con las condiciones establecidas, el valor de cancelación puede ser un porcentaje o el total de la estadía. La penalidad más usual es el valor de la primera noche de alojamiento.*  *6.3 Políticas*  *Son acuerdos establecidos por la dirección entre el huésped y el establecimiento, y tienen como objetivo aclarar las condiciones de prestación del servicio y las reglas de comportamiento dentro del establecimiento. Estas reglas se mencionan en la tarjeta de registro que el huésped firma a la hora del check-in. Además, también se debe disponer una copia de las reglas y regulaciones en todas las habitaciones y publicarse en el sitio web, para que los huéspedes lean y entiendan las políticas de administración. También se pueden incluir las políticas del gobierno local que el huésped debe seguir.*  *Las políticas y reglas más comunes son:* |
| --- | --- |

*Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente*

| **Types of Clients** Each guest is unique, their motivation to travel is specific; therefore, the willingness and attitude of the receptionist is essential to give the quality service that is being sought within the establishment and what each client is paying for.  Look at the most common types of customers. | *7. Tipos de Clientes*  *Cada huésped es único, la motivación de su viaje es específica, por lo que la disposición y actitud del recepcionista es indispensable para dar el servicio de calidad que se espera del establecimiento y por el cual el cliente paga.*  *Observe los tipos de clientes más comunes.* |
| --- | --- |

Interfaz de usuario gráfica, Aplicación

Descripción generada automáticamente

By identifying these types of travelers, it will be easier for you to address them properly.

*Si logra identificar estos tipos de viajeros, le será más fácil dirigirse a ellos de una forma adecuada.*

| Guest Information In the process of taking reservations and during the check-in of foreigners, you must take and provide information to the guest. Understanding and expressing yourself correctly is important. See some information that may be required.   * Countries: During check-in and because of the migration information process, the origin and destination of the passenger are inquired. A person will identify himself but will not necessarily come from or go to his or her country of origin. * Nationalities: In the same way, at check-in you must enter the nationality information. At this point, the recommendation is to check if the person has dual nationality, as this can affect the management of billing and taxes. * Personal information: The personal information of guests is sensitive. Remember that this is protected by confidentiality and privacy laws, so you should only inquire about the necessary and relevant data for your work. (Address, phone number, e-mail, marital status). * Documents: The identity documents must comply with the current rules of identification and acceptance by the hotel. You must keep abreast of developments in this regard. Always be attentive to the originality of the documentation presented, and if you have any news about it, be prudent with the handling of this. * Purpose of the trip: It will help you reveal what type of traveler is the one in front of you, and meet the requirements and requests accordingly. * Credit card number: This is another extremely sensitive item. Taking the data correctly can make the difference between being able to collect an account or not. On the other hand, keeping financial data secure is a very high responsibility. The recommendation is to follow the management protocols. * Schedules: Reporting schedules is also a common activity, so knowing how to express the time will be useful. | *Información del huésped*  *En el proceso de toma de reservas y durante el check-in de extranjeros, se deberá tomar y brindar información al huésped. Entender y expresarse de forma correcta es importante. Observe alguna información que podrá ser requerida.*   * *Países: Durante el check-in y de cara al proceso de información migratoria, se indaga sobre la procedencia y el destino del pasajero. Una persona se identificará, pero no necesariamente vendrá o se dirigirá a su país de origen.* * *Nacionalidades: De la misma forma, durante el registro usted deberá ingresar la información de nacionalidad. En este punto, la recomendación es revisar si la persona cuenta con doble nacionalidad, ya que esto puede afectar la gestión de facturación e impuestos.* * *Información personal: La información personal de los huéspedes, es delicada. Recuerde que esta está protegida por leyes de confidencialidad y privacidad, por lo que solo debe indagar por los datos necesarios y relevantes para su trabajo. (Dirección, número de teléfono, correo electrónico, estado civil).* * *Documentos: Los documentos de identidad deben cumplir con las normas vigentes de identificación y aceptación por parte de hotel. Su deber es mantenerse al tanto de las novedades en este sentido. Esté siempre atento a la originalidad de la documentación presentada y si tiene alguna novedad al respecto, sea prudente con el manejo de esta.* * *Propósito del viaje: Le ayudará a develar el tipo de viajero que tiene enfrente y, de esta forma, atender los requerimientos y solicitudes adecuadamente.* * *Número de tarjeta de crédito: Este es otro elemento extremadamente sensible. Tomar los datos de manera correcta puede hacer la diferencia entre poder cobrar una cuenta o no. Por otro lado, mantener los datos financieros seguros es una responsabilidad muy grande. La recomendación es seguir los protocolos de manejo.* * *Horarios: Informar horarios es también una actividad común, por lo que conocer la forma de expresar el tiempo le será útil.* |
| --- | --- |

| Se le invita a revisar el siguiente documento de listas de países  Anexo\_1 - Lista de Países y Nacionalidades en inglés (Aprende Inglés con Sila, 2021) |
| --- |

| **Accommodation** In the hotel industry, accommodation refers to the type of rooms and beds that lodging properties have. You are going to learn what types are these. | 8. *Alojamiento*  *En la industria hotelera, el alojamiento se refiere al tipo de habitaciones y camas que tienen las propiedades de hospedaje. A continuación, aprenderá cuáles son estos tipos.* |
| --- | --- |

| | 9.1 Bed Types | *9.1 Tipos de camas* | *Medidas / Measurements* | | --- | --- | --- | | Single bed | *Cama sencilla* | *1.00 mts x 1.90 mts* | | Semi-double bed | *Cama Semidoble* | *1.20 mts x 1.90 mts* | | Full-size bed | *Cama doble o matrimonial* | *1.40 mts x 1.90 mts* | | Queen-size bed | *Cama Queen* | *1.80 mts x 1.90 mts* | | King-size bed | *Cama King* | *2.00 mts x 2.00 mts* |   Imagen que contiene Gráfico  Descripción generada automáticamente    Fuente de imagen: Carpeta Anexos / CF\_10 - Bed Types |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

| Room Types  * Single room: Room for one person, usually with a single or semi-double bed. * Double room: Room for two guests, has a double or a queen bed. * Double room (twin beds): Room for two guests in two separate beds. * Triple room: Room for three (3) people, has a double bed and a single bed, or any other combination of 3 beds. * Suite: It is larger than a normal room. In the most luxurious hotels, the suites can even have multiple rooms. There are business or family class suites. * Connecting rooms: This means that two rooms are connected by a door through which you can go from one room to another. Large groups or families often ask for this type of room. * Adjoining rooms: Rooms that are next to each other but are not internally connected. | *Tipos de Habitación*   * *Habitación individual: Habitación para una persona, generalmente con cama sencilla o semidoble.* * *Habitación doble: Habitación para dos personas, tiene una cama doble o extra doble.* * *Habitación doble (dos camas individuales): Habitación para dos personas en camas separadas.* * *Habitación triple: Habitación para tres (3) personas, cuenta con una cama doble y una cama individual, o cualquier otra combinación de 3 camas.* * *Suite: Es más grande que una habitación normal. En los hoteles más lujosos, las suites pueden incluso tener varias habitaciones. Hay suites de clase empresarial o familiar.* * *Habitaciones comunicadas: esto significa que dos habitaciones están conectadas por una puerta, a través de la cual se puede pasar de una habitación a otra. Los grupos grandes o las familias suelen solicitar este tipo de habitación.* * *Habitaciones contiguas: habitaciones que están una al lado de la otra, pero que no están conectadas internamente.* |
| --- | --- |

| **Payment Forms** Whenever you close an account and issue an invoice, you must receive a payment. In this section, you will study the payment forms legally accepted and guaranteed by the Colombian state and the accommodation establishment. | *9. Formas de pago*  *Siempre que se va a cerrar una cuenta y a expedir una factura, se debe recibir un pago. En este apartado, se estudiarán las formas de pago legalmente aceptadas y avaladas por el Estado colombiano y el establecimiento de alojamiento.* |
| --- | --- |

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Aplicación

Descripción generada automáticamente

| **10. Expressing dates in English** It is also common that when you are making reservations or confirming them, either in person or by phone, you have to use dates to agree on check-in and check-out dates with the client.  example:  Dear Mrs. González, I confirm your reservation details.  Your check-in will be on June 26, 2021 (June twenty-sixth, two thousand and twenty-one) and you will be staying with us for three (3) nights, until June 29, 2021 (June twenty-ninth, two thousand and twenty-one).  The confirmed rate is $349,000 + taxes (three hundred forty-nine thousand pesos, plus taxes).  Another use of the expression of dates in English is for celebrations and events. In this way, you can give indications about special events or celebrations. | *10. Expresando fechas en inglés*  *También es habitual que al realizar reservas o confirmarlas, ya sea de forma presencial o telefónica, se tengan que usar fechas para acordar las fechas de entrada y salida con cliente.*  *ejemplo:*  *Estimada señora González, confirmó los detalles de su reserva.*  *Su registro será el 26 de junio de 2021 (veintiséis de junio de dos mil veintiuno) y se alojará con nosotros por tres (3) noches, hasta el 29 de junio de 2021 (veintinueve de junio de dos mil veintiuno). La tarifa confirmada es de $349.000 + impuestos (trescientos cuarenta y nueve mil pesos, más impuestos).*  *Otro uso de la expresión de fechas en inglés es para las celebraciones o los eventos. De esta forma, se pueden dar indicaciones acerca de eventos especiales o celebraciones.* |
| --- | --- |

| **11. Seasons** In this section, you will study two topics that are related and that you should know: meteorological season and touristic seasons. Seasons Colombia, being a tropical country, has no seasons. However, in the tourism sector, it is important to know them, since they in themselves mark flows of travelers.  The seasons are defined based on four astronomical events known as solstices and equinoxes. On our planet, each of these four periods lasts 91 days on average. The solstices occur in the months of June and December, and the equinoxes occur in March and September.  The date of each one is not exact, but they usually occur between the 20th and 23rd of those months. The seasons in the North Hemisphere are the following. Remember that in the South Hemisphere the seasons are opposite to the north. | *11. Estaciones*  *En esta sección, se hará referencia a dos temas que están relacionados y que se deben conocer: temporada meteorológica y temporadas turísticas.*   * 1. *Estaciones climáticas*   *Colombia, al ser un país tropical, no tiene estaciones. Sin embargo, en el sector turístico, es importante conocerlas, ya que en sí mismas marcan flujos de viajeros.*  *Las estaciones se definen con base en cuatro eventos astronómicos conocidos como solsticios y equinoccios. En este planeta, cada uno de estos cuatro períodos dura, en promedio, 91 días. Los solsticios ocurren en los meses de junio y diciembre, y los equinoccios ocurren en marzo y septiembre.*  *La fecha de cada uno no es exacta, pero suelen ocurrir entre el 20 y el 23 de esos meses. Las estaciones en el hemisferio norte son las siguientes. Recuerde que en el hemisferio sur las estaciones son opuestas al norte.* |
| --- | --- |



## **Touristic seasons**

On the other hand, there are tourist seasons, these are related to the holiday periods in which the flow of travelers usually rises. People typically talk about high and low seasons, but this depends on the destination so that the high season in one destination can be the low of another.

Generally, in Colombia, the following are considered.

| High season:   * Easter * Mid-year school holidays * Recess week * End-of-year school holidays * Holiday weekends.   Consequently, the low season would be the opposite periods. This example applies to destinations with a pure tourist vocation. |
| --- |

***b. Temporadas turísticas***

*Por otro lado, hay temporadas turísticas, estas están relacionadas con los periodos vacacionales en los que suele subir el flujo de viajeros. Normalmente, se habla de temporada alta y baja, pero esto depende del destino, por lo que la temporada alta en un destino puede ser la baja de otro.*

*Generalmente, en Colombia, se considera lo siguiente.*

| *Temporada alta:*   * *Semana Santa* * *Vacaciones escolares de mitad de año* * *Semana de receso* * *Vacaciones escolares de fin de año* * *Fines de semana con días festivos.*   *En consecuencia, la baja temporada, serían los períodos opuestos. Este ejemplo es aplicable solo a destinos con vocación puramente turística.* |
| --- |

| **12. Mathematical Expressions** To correctly express numerical and mathematical quantities, it is necessary to know some terms commonly used in this type of expressions. | 1. *Expresiones matemáticas*   *Para expresar correctamente cantidades numéricas y matemáticas, es necesario conocer algunos términos de uso común en este tipo de expresiones.* |
| --- | --- |

| Symbol | Meaning | Significado | Operation | Operación |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| (+) | plus | *más* | add | *sumar* |
| (-) | minus | *menos* | subtract | *restar* |
| (x) | multiplied by | *multiplicado por* | multiply | *multiplicar* |
| (÷) | divided by | *dividido por* | divide | *dividir* |
| (>) | greater than | *mayor que* | is greater than | *es mayor que* |
| (<) | less than | *menor que* | is less than | *es menor que* |
| (=) | equal | *igual* | Is equal to | *es igual a* |
| (≠) | is not equal | *no es igual* | Is not equal to | *no es igual a* |
| (%) | percentage | *porcentaje* |  |  |

| a. Quantitative adjectives Quantitative adjectives are expressions of quantity that qualify the noun imprecisely. *In general, they answer the question: How much?*  Look at the most used quantity expressions in English: | *a. Adjetivos cuantitativos*  *Los adjetivos cuantitativos son expresiones de cantidad que califican al sustantivo de forma imprecisa. En general, contestan la pregunta: ¿Cuánto?*  *Observe las expresiones de cantidad más usadas en inglés:* |
| --- | --- |

| Adjective | Adjetivo |
| --- | --- |
| something | *algo* |
| some | *algo de* |
| pretty much | *bastante* |
| the rest of | *el resto de* |
| half of the | *la mitad de el/la* |
| more | *más* |
| less | *menos* |
| a lot of | *mucho(a)* |
| none of | *nada de* |
| not much | *no mucho* |
| little | *poco* |
| a little bit | *un poco* |
| enough | *suficiente* |
| several | *varios* |

| **13. Hours and Schedules** Expressing the hours in English is essential. Knowing how to say the time is not only useful to answer the possible question “What time is it?” made by a guest, but it will also help you inform about schedules of events, attractions, services, and transportation (trains, planes, buses). | *13. Horas y horarios*  *Expresar las horas en inglés es fundamental. Saber cómo decir la hora no es solo útil para responder a la eventual pregunta “¿Qué hora es?” hecha por un huésped, sino que además le ayudará a informar acerca de horarios de eventos, atracciones, servicios y medios de transporte (trenes, aviones, buses).* |
| --- | --- |

| **14. Descriptive adjectives (places)** With absolute certainty, within the job at the front desk, you will have to describe a place in the city, guide the guests through streets, neighborhoods, monuments, emblematic buildings, and locate them in the destination. Below you will find some expressions and qualifiers that will help you with your work. | *14. Adjetivos descriptivos (lugares)*  *Con absoluta seguridad, dentro del trabajo en la recepción, usted tendrá que describir un lugar de la ciudad, guiar a los huéspedes por calles, barrios, monumentos, edificios emblemáticos, y ubicarlos en el destino. A continuación, encontrará algunas expresiones y calificativos que le ayudarán con su trabajo.* |
| --- | --- |

| Adjective | *Adjetivo* |
| --- | --- |
| amazing | *asombroso* |
| ancient | *antiguo* |
| beautiful | *hermoso* |
| big | *grande* |
| boring | *aburrido* |
| breathtaking | *impresionante* |
| bustling | *bullicioso* |
| busy | *ocupado* |
| calm | *calmado* |
| cheap | *barato* |
| crowded | *concurrido* |
| exciting | *emocionante* |
| expensive | *caro* |
| huge | *enorme* |
| interesting | *interesante* |
| lively | *vivo* |
| lovely | *bonito* |
| modern | *moderno* |
| polluted | *contaminado* |
| quiet | *tranquilo* |
| small | *pequeño* |
| unpleasant | *desagradable* |
| wonderful | *maravilloso* |

# 

| **15. Special Requirements and Difficult Situations** | **15. Requerimientos Especiales y situaciones difíciles** |
| --- | --- |



| The following are some basic recommendations for the effective management of these situations that may arise on a day-to-day basis:   * Take the initiative to serve prospects and customers. In customer service, it is relevant to have a genuine desire to serve and help with the highest possible quality. * Understand the customer for what he is: a human being, who has desires, expectations, and aspirations. Hotels should aim to get to know them and, as far as possible, anticipate them. * Listen actively. Whatever the situation, what the customer values most is to be heard and to perceive that you are really interested in what he/she is saying and that you understand him/her. * Generate empathy with the client. This will help you especially with people who are upset or exalted. Empathy involves putting yourself in the other person's place to understand him/her. * Once you hear and process the customer's message, try to be assertive, that is, try to give your answer or point of view to the customer considering the best time, the concrete words, and the most appropriate tone. * Try to be decisive. The client will be able to perceive that you want to help him/her.   Follow these simple steps and you will surely get ahead in any situation that may arise. | A continuación, se sugieren algunas recomendaciones básicas para dar un manejo efectivo a estas situaciones que se pueden presentar en el día a día:   * Tome la iniciativa de servir a los prospectos y clientes. En servicio al cliente, es relevante tener el deseo genuino de servir y ayudar con la mayor calidad posible. * Entienda al cliente como lo que es: un ser humano, que tiene deseos, expectativas y aspiraciones. Los hoteles deben propender por conocerlos y, en la medida de lo posible, anticiparse a ellos. * Escuche de forma activa. Sea cual sea la situación, lo que el cliente más valora es ser escuchado y percibir que usted realmente está interesado en lo que le dice y que lo entiende. * Genere empatía con el cliente. Esto le ayudará especialmente con personas que estén molestas o exaltadas. La empatía implica ponerse en lugar de la otra persona para entenderla. * Una vez escuche y procese el mensaje del cliente, trate de ser asertivo, es decir, procure dar su respuesta o punto de vista al cliente considerando el mejor momento, las palabras concretas y el tono más adecuado. * Trate de ser resolutivo. El cliente podrá percibir que usted lo quiere ayudar.   Siga estos sencillos pasos y seguro saldrá adelante en cualquier situación que se pueda presentar. |
| --- | --- |

| **16. Imperatives for basic instructions** When talking to a person, you can indicate to him/her to perform or not an act. This form of expression is known as imperative or command and is a verbal tense that is usually used to give an order, to instruct someone to do something, to advise, to warn, or to give instructions. Being a verbal tense, the imperative has affirmative, negative, and exhortative forms. Look at the characteristics of each of them.  Look at some usual expressions.   * Be friendly. * Look at people when you talk to them. * Don’t interrupt people who are busy. | *16. Imperativos para instrucciones básicas*  *Cuando se habla a una persona, es posible indicarle que realice o no una acción. Esta forma de expresión se conoce como imperativo y es un tiempo verbal que se suele utilizar para dar una orden, instruir a alguien para que haga algo, aconsejar, advertir o dar instrucciones. Al ser un tiempo verbal, el imperativo tiene formas afirmativa, negativa y exhortativa. Observe las características de cada una de ellas.*  *Observe algunas expresiones usuales.*   * *Sea amable.* * *Mire a la gente cuando habla con ellos.* * *No interrumpa* *a las personas que están ocupadas.* |
| --- | --- |

| a. Affirmative imperative This is the most common usage. Imperative sentences do not have a grammatical subject, but they do have a subject that is inferred, the singular and plural second person, “you". In that way, the basic form of imperative sentences is.  verb (infinitive without to) + object (if needed). | *a. Imperativo afirmativo*  *Este es el uso más común. Las oraciones imperativas no tienen un sujeto gramatical, pero sí tienen un sujeto que se infiere, la* *segunda persona del singular y del plural,* “*tú", “usted” o “ustedes”. De esa manera, la forma básica de las oraciones imperativas es.*  *verbo (infinitivo sin “to”) + objeto* (*si es necesario).* |
| --- | --- |

| **Affirmative** | |
| --- | --- |
| **base**  (Verbal form) |  |
| **Smile** | and be helpful. |
| **Look** | at people when you talk to them. |

| b. Negative imperative The negative imperative sentence has the same structure, plus “do not” or “don’t”. | b. Imperativo negativo  La oración negativa imperativa tiene la misma estructura, más “do not” o “don’t”. |
| --- | --- |

| **Negative** | | |
| --- | --- | --- |
| **Do + not** | **base**  (Verbal form) |  |
| Do not / Don’t | **interrupt** | busy people. |
| **do** | this in the beginning. |

| Exhortative imperative The exhortative way is used to make suggestions: Let’s (Let + us) + verb. It is used in the first-person plural only, especially when you are trying to encourage someone to do something with you, including both the speaker and the hearer, so the subject that is inferred is represented by the plural “we”. | *c. Exhortación imperativa*  *La forma exhortativa se utiliza para hacer sugerencias: Let’s (Let + us) + verbo.* *Se utiliza solo en primera persona del plural, especialmente cuando se trata de animar a alguien a hacer algo con usted, incluyendo tanto el hablante como el oyente, por lo que la persona que se infiere está representada por el plural* “*nosotros".* |
| --- | --- |

| **Exhortative** | | |
| --- | --- | --- |
| **Let + us** | **base**  (Verbal form) |  |
| Let us / Let's | **go** | to the restaurant. |
| **visit** | the National Museum. |

| The front office clerk welcomes and attends guests upon arrival at the hotel and throughout their stay. One of his/her functions is to answer the requests and questions of the guests and try to solve their concerns. He/She is also the one who reflects the public image of the establishment.  The receptionist makes guests feel well attended to, answers their queries and deals with their complaints, seeking effective solutions in the shortest possible time, when necessary, and always demonstrating a friendly and respectful attitude.  His/Her functions also include to:   * Promote all the services offered by the hotel, inform about the established schedules, and make reservations for some external services, such as tourist visits through the city, car rental, taxi service, among others. * Report on meeting rooms and manage their use. * Take care of the correspondence, courier, and alarm services when the guest requests it. * Inform guests about local attractions and landmarks. * Report loss prevention or safety. * Ensure that requests or issues that have remained pending from the previous day are prioritized and resolved effectively.   Communicating with the guest in a professional and friendly manner, considering to:   * Be the link between the hotel and the guests. * Ensure that the information provided is current and accurate. * Thank guests for their stay with genuine appreciation. * Respond to all concerns and doubts of guests. * Generate quality care to anticipate the needs and expectations of guests, so that they consider staying again at the hotel in the future. * To be the mediator of the communications between the guests and the corresponding departments so that the requirements are carried out in a timely and effective manner.   Here are some words that can be used for these labors in the imperative form: | *El recepcionista da la bienvenida y atiende a los huéspedes a su llegada al hotel y durante toda su estadía. Una de sus funciones es atender las solicitudes y preguntas de los huéspedes y tratar de resolver sus inquietudes. Son quienes reflejan la imagen pública del establecimiento.*  *El recepcionista hace que los huéspedes se sientan bien atendidos, responde a sus consultas y atiende sus reclamos, buscando soluciones efectivas en el menor tiempo posible, cuando sea necesario, y demostrando siempre una actitud amable y respetuosa.*  *Entre sus funciones también están:*   * *Promocionar todos los servicios que ofrece el hotel, informar sobre los horarios establecidos y realizar reservas para algunos servicios externos, como visitas turísticas por la ciudad, alquiler de autos, servicio de taxi, entre otros.* * *Informar sobre salas de reunión y gestionar su uso.* * *Cuidar los servicios de correspondencia, mensajería y alarma cuando el huésped lo solicite.* * *Informar a los huéspedes sobre las atracciones y lugares de interés locales.* * *Informar sobre prevención de pérdidas o seguridad* * *Asegurarse de que las solicitudes o problemas que han quedado pendientes desde el día anterior se prioricen y se resuelvan de manera eficaz.*   *Comunicarse con el huésped de manera profesional y amigable, considerando:*   * *Ser el enlace entre el hotel y los huéspedes.* * *Asegurarse de que la información proporcionada es actual y precisa.* * *Agradecer a los huéspedes por su estadía con aprecio genuino.* * *Responder a todas las inquietudes y dudas de los huéspedes.* * *Generar una atención de calidad para anticipar las necesidades y expectativas de los huéspedes, para que consideren volver a hospedarse en el hotel en el futuro.* * *Ser el mediador de las comunicaciones entre los huéspedes y los departamentos correspondientes para que los requerimientos se lleven a cabo de manera oportuna y efectiva.*   *Aquí hay algunas palabras que se pueden usar para estas labores en forma imperativa:* |
| --- | --- |

| shut up | callar |  | hold | agarrar |  | visit | visitar |  | play | tocar |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| open | abrir |  | swim | nadar |  | write | escribir |  | buy | comprar |
| close | cerrar |  | swing | mover |  | use | usar |  | shop | comprar |
| mix | mezclar |  | listen | escuchar |  | order | pedir |  | explain | explicar |
| turn | girar |  | hold | mantener |  | sequence | ordenar |  | tidy | ordenar |
| pour | verter |  | pick | elegir |  | draw | sacar |  | move | mover |
| fill | llenar |  | throw | lanzar |  | paint | pintar |  | travel | viajar |
| put | poner |  | catch | atrapar |  | set | colocar |  | switch | cambiar |
| add | agregar |  | slide | deslizar |  | eat | comer |  | improve | mejorar |
| chop | cortar |  | bake | hornear |  | drink | beber |  | behave | comportarse |
| serve | servir |  | fetch | buscar |  | stick | pegar |  | sort | clasificar |
| spread | extender |  | roll | rodar |  | plug | conectar |  | go | ir |
| get | obtener |  | jump | saltar |  | cook | cocinar |  | fly | volar |
| heat | calentar |  | stand | pararse |  | bring | traer |  | flip | dar la vuelta |
| grill | asar |  | crouch | agacharse |  | sit | sentarse |  | shout | gritar |
| whisper | susurrar |  | hide | esconder |  | stop | detener |  | clean | limpiar |



**C. ACTIVIDADES DIDÁCTICAS (opcionales si son sugeridas)**

| Descripción de actividad didáctica | |
| --- | --- |
| Nombre de la actividad |  |
| Objetivo de la actividad |  |
| Tipo de actividad sugerida |  |
| Archivo de la actividad  (anexo donde se describe la actividad propuesta) |  |

**D. MATERIAL COMPLEMENTARIO**

| Referencia APA del material | Tipo de material  (video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del recurso o  archivo del documento o material |
| --- | --- | --- |
| Sila Inglés. (2021). *Lista de países en inglés-español (con pronunciación y PDF)*. Aprende Inglés Sila. <https://www.aprendeinglessila.com/2014/01/lista-de-paises-en-ingles-espanol-con-pronunciacion-y-pdf-para-imprimir/> | página web | <https://www.aprendeinglessila.com/2014/01/lista-de-paises-en-ingles-espanol-con-pronunciacion-y-pdf-para-imprimir/> |

**E. GLOSARIO**

| Término | Significado |
| --- | --- |
| BAR | This is an acronym for Best Available Rate, a rate created by hoteliers to confront the competency against the OTAs. |
| Solstice | The time or date (twice each year) at which the sun reaches its maximum or minimum declination, marked by the longest and shortest days (about 21 June and 22 December). |
| Equinox | the time or date (twice each year) at which the sun crosses the celestial equator, when day and night are of approximately equal length (about 22 September and 20 March). |
| Job | It is a regular remunerative position. |
| Position | In the context of human resources, it is an employment for which one has been hired. Example: I have been contracted as a receptionist. |

**F. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Sila Inglés. (2021). *Lista de países en inglés-español (con pronunciación y PDF)*. Aprende Inglés Sila. <https://www.aprendeinglessila.com/2014/01/lista-de-paises-en-ingles-espanol-con-pronunciacion-y-pdf-para-imprimir/>

Martin, J. (1990). *Miss Manners’ Guide for the Turn-of-the-Millennium*. Touchstone.

Merriam-Webster Dictionary. (s. f.). *equinox*. The Merriam-Webster.Com Dictionary. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/equinox#note-1>

**G. CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Autor(es) | Harbey Castelblanco Muñoz | Experto Técnico | Centro Nacional Colombo Alemán | Julio 2021 |
| Leidy Carolina Arias | Diseñadora instruccional | Regional Distrito Capital-Centro de Diseño y Metrología | Agosto 2021 |
| Carolina Coca Salazar | Revisora Metodológica y pedagógica | Regional Distrito Capital-Centro de Diseño y Metrología | Septiembre 2021 |
| Darío González | Corrección de estilo | Regional Tolima – Centro Agropecuario La Granja | Septiembre 2021 |

**H. CONTROL DE CAMBIOS**

|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del cambio |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Autor(es) |  |  |  |  |  |