

O SETOR DE RECEPÇÃO COMO FATOR DE QUALIDADE E UM DIFERENCIAL PARA OS MEIOS DE HOSPEDAGEM.

ROIM, Talita Prado Barbosa.

Bacharel em Turismo – Faculdade de Ciências Humanas – FAHU/ACEG – Garça – São Paulo – Brasil. Especialista em Metodologia do Ensino - Associação Cultural e Educacional de Garça. Mestre em Ciências Sociais – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus Marília – Doutoranda em Ciências Sociais – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus Marília.

E-mail: prado.talita@hotmail.com

SANTOS, Ana Claudia dos.

Bacharel em Turismo pela Faculdade de Ciências Humanas – FAHU da Associação Cultural e Educacional de Garça – ACEG.

semjapinha18@hotmail.com

RESUMO:

Com este artigo pretendemos descrever as atividades do setor de recepção de um meio de hospedagem com intuito de analisar a importância da capacitação e atendimento no setor de uma recepção em um sistema hoteleiro, pois é a recepção o primeiro setor do empreendimento juntamente com toda sua equipe a fazer o primeiro contato com hóspede, visando às mudanças na qualidade do atendimento na recepção do hotel e o treinamento dado aos colaboradores para que haja uma melhor qualificação profissional dos mesmos e, dessa maneira, poder transmitir ao hóspede total hospitalidade, como fator diferenciado na prestação de serviços.

Palavras-chave: Hotelaria. Prestação de Serviços. Recepção.

ABSTRACT:

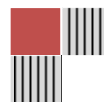
With this article we intend to describe the activities of the sector of receipt of a means of accommodation in order to analyze the importance of training and care in the reception in a hotel system, because the reception is the first sector of the enterprise along with his staff to make the first contact with guests in order to change the quality of care at the front desk and training given to employees so that there is a better qualification of the same and, thus, capable of transmitting full hospitality to the guest, as a factor in providing differentiated services.

Key-words: Hospitality. Provision of Services. Reception.

A recepção de um hotel é o lugar em que o cliente faz seu primeiro contato e realiza o *check-in*¹, podendo ser uma reserva individual ou uma reserva de um grupo, denominados excursionistas (DAVIES, 2003). No caso do grupo, a pessoa ou a agência de viagens que efetuou a reserva, encaminha com antecedência o *rooming list*², que é uma lista, onde constam todos os detalhes necessários de cada hóspede para o hotel se organizar em relação aos tipos de unidades habitacionais (UH's) que melhor se adéquam aos mesmos. No momento da chegada deste grupo, a pessoa responsável pelo mesmo, no caso o guia, se apresenta à recepção entregando o *rooming list* para que o recepcionista realize o check-in de cada

¹*Check-in*: procedimento que o hóspede realiza no momento de sua chegada ao hotel e confirma sua reserva, o recepcionista tem função de checar a bagagem que será levada para o seu quarto e o tempo de estadia, as refeições e serviço de quarto são combinados. O *check-in* é uma confirmação dos dados do hóspede a fim de trazer segurança para ambas as partes (hotel/hóspede), bem como estabelecer as regras e direitos da pessoa (Castelli, 2003). Para outras informações sobre o tema ver site. Disponível em: <http://www.bigviagem.com/o-que-e-check-in-e-como-funciona/>. Acesso em: 18/10/2011.

²*Roominglist*:- Lista de hóspedes por apartamento, enviadas previamente ao hotel, mencionando o nome dos hóspedes e forma de acomodação dos mesmos (single, double, etc.). Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/preparese/glossario.shtml>. Acesso em: 18/10/2011.



apartamento para cada um dos hóspedes. Realizado esse procedimento, o guia recebe as chaves e as distribui para os respectivos excursionistas, evitando, assim, um congestionamento na recepção.

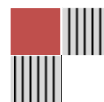
No caso de uma reserva individual, o responsável pelo setor de reservas na recepção acessa ao programa de informática do hotel onde há todas as atividades exercidas no setor, consultando todas as entradas, saídas e reservas do dia, caso o hóspede não tenha realizado a reserva, deve-se verificar a disponibilidade de unidades habitacionais. Havendo apartamentos disponíveis, o *walk-in*³ é realizado e, em seguida o registro por meio da Ficha Nacional de Registro do Hóspede, a FNRH, que é uma forma de controle de demanda e oferta pelo Ministério do Turismo em parceria com os hotéis (DAVIES, 2003).

Após o preenchimento da ficha de cadastro, o hóspede recebe o Cartão do Hóspede, que consta todas as informações do hotel, seu nome, número do apartamento, servindo também como comanda do hóspede, dessa maneira, quando houver algum consumo pelo hóspede, as despesas são lançadas neste cartão. A recepção também é responsável pelo o serviço de cofre (mesmo que haja cofres individuais nas unidades habitacionais), proporcionando mais segurança ao hóspede com seus objetos de valores, também é responsável por agilizar mudança de apartamento quando necessário e, cuidar do livro de reclamações, verificando queixas e sugestões além de ser responsável pelo fluxo de caixa.

Na recepção, também é controlado o fluxo de saída, ao final da estada de cada hóspede. Ao chegar o fim das diárias compradas pelo hóspede ou quando ele decide partir, é necessária a comunicação para a recepção, que inicia o processo de *check-out*⁴. O hóspede entrega a chave do apartamento e informa se houve algum consumo. A recepção, em seguida, entra em contato com a governança, que confere se houve algum tipo de consumo do frigobar ou alguma outra despesa, e então é fechada a conta. Neste momento, cabe ao recepcionista perguntar se houve algum problema e se o hóspede deseja mais algum serviço, depois é possível entregar a ele um formulário com algumas questões sobre a qualidade dos serviços prestados, a qualidade dos produtos e a precisão no atendimento (DAVIES, 2003).

³*Walk-in*: quando o cliente não efetuou a reserva e, portanto, não tem a garantia de encontrar um apartamento à sua disposição no dia de sua chegada, ou seja, o procedimento de *walk-in* se diferencia do *check-in* pelo fato do hóspede não ter reservado a unidade habitacional previamente, o contato é feito diretamente no balcão, em que o hotel se reserva a exercer preços diferenciados. Disponível em: <http://www.hotelcoquille.com.br/asp/politicadereservas.asp>. Acesso em: 18/10/2011.

⁴*Check-out*: Horário de término da última diária, em que a recepção fecha a conta do cliente. Disponível em: <http://www.hotelcoquille.com.br/asp/politicadereservas.asp>. Acesso em: 18/10/2011.



A recepção é composta por um grupo de colaboradores que possuem diferentes cargos, como por exemplo, gerente de recepção, supervisor de recepção, assistente do gerente da recepção, *guest relation*, gerente noturno, porteiro, ensageiro, capitão porteiro, telefonista, encarregado das reservas, gerente de reservas e *concierge*. O gerente de recepção é responsável por todos os funcionários e por todos os procedimentos realizados em seu turno de trabalho, visando à satisfação do hóspede e a eficácia dos serviços, sobretudo a agilidade dos procedimentos de *check-in e check-out*. As funções básicas do cargo, de acordo com Davies (2004, p. 107) é

Orientar e coordenar as atividades operacionais da Recepção (Recepção, Reservas, Mensageira, PBX, *Concierge*), de acordo com os padrões do Hotel, proporcionando aos hóspedes um serviço eficiente e cortês e maximizando a renda dos apartamentos.

O supervisor de recepção, assim como o cargo de assistente de recepção, tem função de auxiliar o trabalho do gerente nas tarefas cotidianas, como por exemplo, supervisionar os procedimentos realizados (*check-in, walk-in e check-out*), atender aos pedidos de hóspedes, checar disponibilidade de apartamentos, comunicar-se com a governança, dentre outras atividades. O cargo de *Guest Relation*, segundo Davies (2004, p. 118) tem a função de “proporcionar um serviço eficiente e cortês aos hóspedes na Recepção, aumentando a satisfação do mesmo e seguindo os padrões do Hotel”. Sendo que suas principais áreas de responsabilidade são:

- a) Proporcionar Serviço de Qualidade e trabalho de equipe, satisfazendo e ultrapassando as expectativas dos hóspedes e dos funcionários.
 - Demonstrar trabalho de equipe, cooperando com seus colegas e ajudando-os quando necessário.
 - Lidar eficientemente com todos os problemas.
 - Proporcionar aos hóspedes um serviço acima dos padrões, fazendo o que for possível e razoável para satisfazer ou ultrapassar as expectativas dos mesmos.
 - Comunicar-se eficientemente com hóspedes, colegas e supervisores.
 - Atingir os padrões do Serviço de Qualidade.
 - Realizar outras tarefas para garantir Serviço de Qualidade e trabalho de equipe.
- b) Atender com presteza, eficiência e cortesia às demandas dos hóspedes no *check in* e no *check out* e durante toda a permanência no Hotel, proporcionando assim um serviço diferenciado aos mesmos.
 - Registrar os hóspedes com presteza, dando-lhes as boas-vindas em nome do Hotel.
 - Dar aos hóspedes todas as informações solicitadas sobre o Hotel.
 - Providenciar serviços especiais solicitados pelos hóspedes.
 - Estar a par dos acontecimentos no Hotel, revisando, a cada turno, o livro de ocorrências da recepção e atualizando-o pra o próximo turno.
 - Providenciar a execução dos serviços para os hóspedes, trabalhando com a equipe de mensageiros, a governadoria, as



reservas e o *room service* (...) (DAVIES, 2004, p. 119).

O gerente noturno reporta-se ao gerente-geral, e no caso da ausência do gerente do departamento e do gerente geral, tem a função de verificar se todos os departamentos estão de acordo com os padrões estipulados pelo hotel (DAVIES, 2004), além de realizar as atividades básicas do departamento de recepção. O cargo de porteiro também atende ao gerente de recepção e tem função de proporcionar um atendimento cortês ao hóspede, responsabilizando-se pela recepção no momento de sua chegada, ajudando-lhe com as bagagens, além de estar atento com a manutenção e limpeza do lobby do hotel. É também responsável pela ordem do “quadro das chaves do serviço de *valet*⁵ e o guarda-bagagem” (DAVIES, 2004, p. 125).

Basicamente, o mensageiro tem a função de acompanhar os hóspedes até seus apartamentos, levando suas bagagens, promover os restaurantes e demais serviços oferecidos pelo hotel, “entregar mensagens telefônicas, correio ou volumes, telegramas, flores, etc. no apartamento dos hóspedes” (DAVIES, 2004, p. 128), além de auxiliar a recepção no que lhe for solicitado. O cargo de capitão porteiro têm funções básicas de “supervisionar a equipe de mensageiros para que realizem o seu trabalho com rapidez e eficiência, de acordo com os padrões do hotel, contribuindo para a satisfação dos hóspedes” (DAVIES, 2004, p. 130).

À telefonista é atribuída a operação do sistema de comunicação do hotel interno (bip e rádio) e externo (telefonemas, fax), manter lista de telefone e relatórios de apoio sempre atualizados. O gerente de reservas tem como função básica supervisionar o departamento de reservas, aumentando o número de reservas mensalmente, responsável por cortesias e atendimentos VIPs⁶. Já o encarregado de reservas, segundo Davies (2004, p. 136) tem a função de “receber e processar com exatidão as reservas dos hóspedes, de acordo com os padrões do hotel”. O cargo de *conciierge* deve “proporcionar aos hóspedes, no lobby principal do hotel, um serviço de categoria e personalizado, oferecendo produtos de cortesia e prestando informações” (DAVIES, 2004, p. 142).

Nem todos os hotéis mantêm todos esses cargos, pois a empregabilidade de cada um deles depende do tamanho, da sofisticação e dos objetivos do hotel. Entretanto, todos os cargos devem priorizar o atendimento ao cliente que alcance os padrões de qualidade exigidos

⁵Serviço de *valet* corresponde ao serviço de manobrista de carros, responsável por guardar o carro do hóspede e de trazê-lo à porta quando solicitado (Davies, 2003).

⁶ O cliente VIP pode receber diferentes cortesias, como por exemplo, descontos das unidades habitacionais, refeições ou estadias extras.



pelo hotel, saber trabalhar em equipe, manter comunicação com os diferentes setores, para que garanta um serviço de qualidade e ultrapasse as expectativas de seus clientes.

Práticas de serviços e equipamentos.

Ao escolher um determinado hotel, o cliente cria algumas expectativas e acaba por fazer uma avaliação prévia de como será recebido e de como será o atendimento que irá receber durante sua estadia. A qualidade e a eficiência com que os serviços são prestados é um fator importante em qualquer estabelecimento hoteleiro que valoriza seus clientes e busca mantê-los, além, de ser um fator determinante no sucesso empresarial, pois com o acirramento da concorrência e, devido ao fato dos clientes se tornarem cada vez mais exigentes, a qualidade tem sido um grande desafio para os empreendedores desse setor, ou seja, a qualidade de um produto ou serviço é medida pela satisfação total do consumidor.

Porém, nos dias de hoje, as exigências do mercado atual, tem enfatizado a ideia de que não basta apenas atender e satisfazer os desejos dos clientes,

A qualidade dos serviços deve estar presente em tudo e em seus mínimos detalhes nas prestações hoteleiras, já que o hotel pode ser definido como sendo um somatório de detalhes. Tal qualidade, que é a que vai encantar o cliente, deve ser fornecida não só por ocasião do tête-à-tête com ele, mas em todos os demais momentos, como aqueles efetuados nos bastidores (CASTELLI, 1996, p. 52).

Há uma necessidade veemente de se ir além das expectativas dos hóspedes, encantá-los pela excelência do serviço prestado e isso exige dedicação do pessoal da linha de frente, que é a recepção propriamente dita, com todos os seus colaboradores e do pessoal da linha de fundo, que consiste em toda a equipe de apoio/suporte/ da governança e setor administrativo (CASTELLI, 1996). De acordo com Deming (apud. Castelli, 1996, p.72), “Não há nada que substitua o trabalho em equipe e bons líderes de equipe para atingir uma consistência nos esforços, juntamente com o conhecimento”. Pois, percebe-se que o hotel é um todo e precisa da participação e colaboração de todos os seus funcionários.

É essa estrutura de trabalho em equipe que os hotéis precisam manter para atender às expectativas dos seus clientes que, são fundamentais para o bom desempenho dos negócios, uma vez que, segundo Castelli (1996) o empreendimento hoteleiro deve voltar-se somente para os desejos do cliente, ou seja, procurar atender e satisfazer todas as suas necessidades. Castelli, em seu livro *Excelência em Hotelaria* (1996) nos mostra algumas características necessárias para se alcançar a qualidade dos serviços e como chegar a tal qualidade através do



Ciclo PDCA de controle (Plan, Do, Check, Action)⁷. Através deste ciclo, Castelli nos mostra uma forma de gerenciamento das atividades hoteleiras, como mostra a figura abaixo:

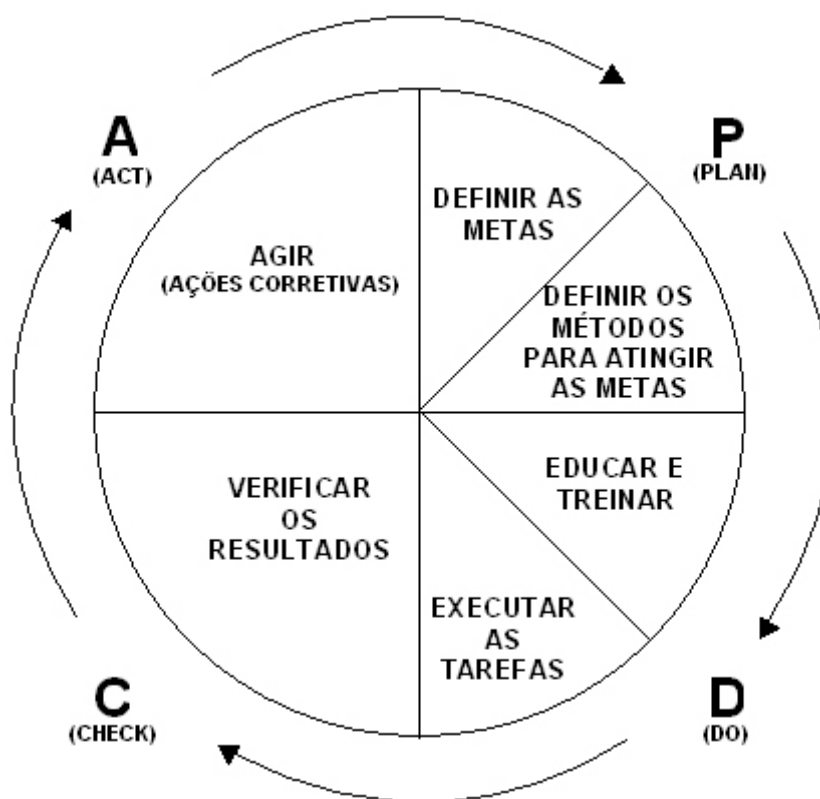


Figura 01: Ciclo PDCA de controle⁸.

Este ciclo mostra que se deve começar pelo planejamento, ou seja, planejar o que se quer alcançar, em seguida o método executar, colocar em prática aquilo que foi planejado, depois verificar se os resultados estão sendo de acordo com o que foi planejado e por último e não menos importante a correção, que é corrigir aquilo que não saiu como deveria. Por isso, a recepção assume uma maior relevância, pois é ela que efetua o primeiro contato com o cliente e o mantém em toda sua estadia, prestando os últimos serviços aos clientes.

Cabe então a toda equipe da recepção, esmerar-se em cuidar da aparência pessoal, pelo fato de estar em um ambiente nobre e ter grande movimentação de pessoas, devendo prestar atenção em suas ações, como manter a cortesia e a cooperação, dando informações corretas aos demais setores e na responsabilidade, lealdade e honestidade com a empresa.

⁷ O Ciclo PDCA consiste em quatro palavras-chave em inglês que significam: Plan: Planejar; Do: Executar; Check: Verificar; Action: Corrigir. De acordo com essas palavras existe um planejamento para operacionalizar a qualidade de serviços desejada pelo hotel (CASTELLI, 1996).

⁸ Fonte: Castelli (1996, pág. 87)

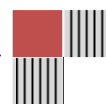


Castelli (1996) afirma que mesmo sabendo das diversas necessidades que cada cliente tem os hotéis dificilmente conseguirão atender a todos, no entanto, é necessário que cada empreendimento identifique e decida qual o segmento de mercado deseja atuar. De acordo com o mesmo autor, é pela diversidade de necessidades e preferências dos consumidores, e por não querer tratá-los da mesma maneira, que os hoteleiros optaram pela segmentação de mercado, e também para oferecer aos clientes produtos e serviços direcionados a eles.

No entanto algumas características relativas à qualidade do serviço são presumíveis em qualquer segmento, e para que a pretensão mínima de um hóspede seja atendida, Deming (Apud Castelli, 1996, p. 72.) ainda diz que, “não há nada que substitua o trabalho em equipe e bons líderes de equipe para atingir uma consistência nos esforços, juntamente com o conhecimento”. Essas ações se tornam primordiais para o empreendimento justamente porque o hotel é um todo e precisa da colaboração de todos, começando pela recepção que é o onde o cliente tem o seu primeiro contato, por isso deve haver cortesia, amabilidade, cooperação e disposição para servir para que os hotéis tenham um padrão de atendimento de qualidade nos apartamentos, pois o mínimo que o hóspede espera e deseja é uma noite de sono tranquila e agradável.

E para que isso aconteça, deve haver certo cuidado com as roupas de cama, com a temperatura do apartamento e com quaisquer tipos de ruídos que possam causar algum incômodo para o hospede. Assim sendo, cordialidade e conforto são o mínimo que um empreendimento hoteleiro deve ter para ganhar a fidelização de seus clientes, fazendo com que ela seja parte integrante da missão da empresa, pois para Andrade (1998) a missão deve ser voltada para um futuro em longo prazo, deve ter credibilidade, e todos os que trabalham na organização devem conhecê-la, compreendê-la, vivê-la e sentir-se atraídos e comprometidos com seus objetivos.

A missão dever ser simples, clara e direta, não pode de forma alguma confundir o indivíduo e causar-lhe dúvidas. A missão tem objetivo de expressar o motivo por que foi criada e a razão de sua existência, criando valor à empresa e fazendo com que seus clientes passem de satisfeitos para fiéis, pois é mais fácil manter do que conquistar novos clientes. Segundo Castelli (1996, p. 52), "é preciso encantar o cliente e deixá-lo chocado pela excelência do serviço. Isto sim, certamente, faz a diferença".



O processo de capacitação profissional

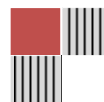
A qualidade é um dos fatores mais importantes, se não, o mais importante para qualquer negócio, especialmente nos empreendimentos que se dedicam à prestação de serviços, como no caso estudado, o setor hoteleiro. É através dela que se conquistam novos hóspedes e se torna possível manter aqueles que já são clientes por estar, justamente, atendendo às suas várias exigências, que estão em contínua transformação, e crescendo como empresa e garantindo a sobrevivência da mesma. Segundo Falconi (apud. Castelli, 1996, p. 42),

Gerenciar uma empresa nos dias atuais é essencialmente promover a sua melhoria e desenvolvimento contínuo visando a sua sobrevivência [...] A preferência é a presença constante da preocupação em tornar a empresa eternamente forte; é se preocupar com o futuro da empresa, com a modernização dos equipamentos, com o desenvolvimento de novos produtos, de tal forma a garantir a satisfação total do cliente e com a gestão do pessoal voltada para o crescimento do ser humano, tornando o trabalho uma fonte de alegria e satisfação.

Mas para que isso aconteça é necessário não só o empenho da gerência em si, mas também da vontade e responsabilidade de seus colaboradores. Para que isso ocorra é necessário que a empresa ofereça condições necessárias para seus funcionários trabalharem, com equipamentos adequados e em bom estado para que eles possam fazer um trabalho de qualidade, assim mostrando que deve haver perfeição em tudo aquilo que fazem. Assim, para que um trabalho seja realizado de maneira eficaz, cabe à gerência garantir o devido reconhecimento aos seus funcionários, seja por meio de incentivos, como elogios, premiações, remuneração e, até mesmo, com promoções de cargos.

Crosby (apud Castelli, 1996, p. 7-8), diz que “a mudança para qualidade passa por três fases: a convicção, compromisso e conversão”. Na convicção a própria gerência percebe que o desenvolvimento da empresa já não está ocorrendo de acordo com que foi planejado anteriormente e que precisa fazer algo para mudar esta situação. Então esse departamento busca soluções que serão alcançadas através da educação e treinamento que tem sido dado aos seus funcionários. No compromisso, a gerência oferece total apoio aos seus colaboradores mostrando realmente como deve ser feito o trabalho para que haja maior qualidade no seu serviço e aumente o número de clientes.

Já na conversão, que é o ato de converter e fazer com que o outro acredite naquilo que foi falado e mostrado, tem como objetivo demonstrar aos seus colaboradores que a qualidade tornou-se, portanto, o ponto principal da empresa, fazendo com que a gerência e seus funcionários se voltem totalmente para o alcance da mesma. Scholtes (apud. Castelli 1996, p.



8) afirma que “os gerentes devem liderar o esforço de transformação para garantir um sucesso duradouro. Devem liderar em vez de chefiar, treinar em vez de impor”. Desse modo, o gerente deve ter espírito de liderança e, sobretudo, espírito de equipe para saber lidar com as diversas situações que podem ocorrer em um ambiente de trabalho, tendo em vista o respeito ao próximo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Podemos perceber que atualmente o sistema hoteleiro deve buscar excelência em seus serviços, a partir do treinamento e qualificação de seus colaboradores, visando atenção no setor de recepção como elemento essencial à construção da percepção do cliente em relação ao seu estabelecimento. Segundo Castelli (1996, p. 15), “estamos entrando na era da qualidade”. Onde o cliente passa a ser a parte mais importante do hotel em que a sua conquista e encantamento deve ser trabalhado desde o primeiro momento na recepção. Pois no mundo globalizado em que vivemos, a qualidade passa a ser um ato de sobrevivência para as empresas, pois os clientes começam a exigir mais dos produtos adquiridos, desejam qualidade total em tudo que estão dispostos a pagar. Com tamanha exigência por parte destes clientes, várias empresas começaram a investir na qualidade de seus produtos e serviços.

Moller, (1997, p. 2) diz que “um número cada vez maior de empresas reconhece hoje que o investimento em qualidade é um dos meios mais lucrativos que elas podem fazer, pois não fazer nada custa muito caro”, uma vez que se gasta muito mais em reparos de serviços mal feitos, corrigindo defeitos e resolvendo conflitos internos. O investimento na qualidade não deve ser visto como um gasto a mais que a empresa vai ter, e sim como uma solução para seus respectivos problemas ou defeitos trazendo a satisfação para seus clientes, melhorando a imagem da empresa e aumentando seu lucro.

Qualidade, nada mais é que, melhorar um produto ou serviço que já existe para melhor satisfação do cliente. Imai, M. Kaizem (apud. Castelli 1996, p. 19) diz que “no sentido mais amplo, qualidade é qualquer coisa que pode ser melhorada”. Neste contexto, a qualidade é associada não apenas aos produtos e serviços, mas também a maneira como as pessoas trabalham, como as máquinas são operadas e como os sistemas e procedimentos são abordados.



REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO:

ANDRADE, José Vicente. **Turismo: Fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, Ed., 1998.

CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

_____. **Excelência em hotelaria: uma abordagem prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, Ed., 1996.

DAVIES, Carlos Alberto. **Manual de Hospedagem: simplificando ações na hotelaria**. 2ª ed. Caxias do Sul: EducS, 2003. (Coleção Hotelaria).

DAVIES, Carlos Alberto. **Cargos em hotelaria**. 3ª ed. Caxias do Sul: EducS, 2004. (**Coleção Hotelaria**).

MOLLER, C. **O Lado Humano da Qualidade**. São Paulo: Pioneira, Ed., 1993.

