

## A QUESTÃO DO ATENDIMENTO: A ALMA DO EMPREENDIMENTO HOTELEIRO.

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](mailto: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](mailto:semjapinha18@hotmail.com)

### RESUMO:

Pretendemos analisar dois diferentes casos em hotéis situados na cidade de Marília, que foram acompanhados por meio de observações participantes a partir de estágio supervisionado, além de pesquisa e questionário aplicado com relação ao treinamento e capacitação dos colaboradores com diferentes cargos na recepção para iniciar um debate e reflexão sobre a importância da hospitalidade na hotelaria e a profissionalização dos colaboradores no sistema hoteleiro.

**Palavras-chave:** Hotelaria. Profissional. Qualificação. Recepção.

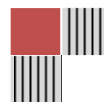
### ABSTRACT:

We intend to analyze two different cases in hotels in the city of Marilia, which were followed by comments from participants of supervised practice, and research and questionnaire applied in relation to training and training employees in different positions in the reception to start a debate and reflection on the importance of hospitality in the hospitality and professionalism of employees in the hotel system.

**Key-words:** Hospitality. Professional. Qualification. Reception.

## 1. A CAPACITAÇÃO E TREINAMENTO DOS FUNCIONÁRIOS

O mercado está cada vez mais competitivo e a hotelaria no Brasil continuará crescendo significativamente no decorrer dessa década, pois movimenta milhares de pessoas e dólares. Transformou-se numa das maiores atividades econômicas do mundo (CASTELLI, 2005). A sobrevivência e o êxito dessas empresas no mercado dependerão da sua capacidade de atender as expectativas do consumidor e a melhor forma de atingir essa expectativa é com o treinamento. Na hotelaria a qualidade humana é o ponto crucial, uma vez que os funcionários acabam representando o patrimônio mais importante do hotel, pois o hotel como um todo depende da atuação de pessoas, pois são elas que vão proporcionar o bem estar dos hóspedes juntamente com os bens e serviços oferecidos pelo hotel. E para que os serviços prestados por esse colaboradores sejam de qualidade é necessário que os mesmos tenham um alto nível de qualificação e que o hotel disponha dos produtos e equipamentos necessários para que isso possa acontecer.



Para que se consiga atender a todas as exigências feitas pelos seus clientes, é necessário que se tenha uma equipe qualificada, com formação técnica ou superior e disposta a trabalhar por isso. De acordo com Scholtes, (apud. Castelli, 2005, p. 69):

Tudo começa com a educação que não termina nunca, pois a educação é um processo direcionado para a perfeição [...] Qualquer organização que espera êxito em longo prazo deve aderir a essa filosofia, educando e reeducando todo mundo, dos altos funcionários e altos executivos aos trabalhadores horistas.

Cabe então a administração, tomar atitudes cabíveis a esta situação, ou seja, investir em treinamentos, investir na educação dos seus funcionários, proporcionando a eles mais conhecimento e fazendo com que sua contribuição seja significativa.

## 2. O OLHAR PARA O CLIENTE

Castelli (2005, p. 52) em seu livro *Excelência em hotelaria* afirma que “hoje em dia, mais do que satisfazer desejos e necessidades dos clientes, é preciso encantá-los”. Não basta simplesmente atender aos pedidos feitos pelos clientes, tem que se ir além do que eles esperam exceder suas expectativas, fazer com eles se sintam especiais e não apenas hóspedes de temporadas. Ouvir o que o cliente tem a dizer é melhor maneira de se consertar o que está errado, ou melhorar aquilo que não está no seu agrado, por isso, manter contato com cliente de forma que isso se torne um alto nível de compromisso da empresa com cliente, é de extrema importância.

Uma vez que para se ouvir a voz do cliente, é necessário que se tenha uma equipe de linha de frente bem treinada e capacitada, não só para ouvir, mas também, para dar a solução de forma imediata à sua reclamação, não poupando esforços para atendê-lo. Pois segundo Castelli (2005, p. 55), “as reclamações podem contribuir significativamente para a melhoria da qualidade. Se isso não for feito, os clientes podem até não reclamar, mas certamente não mais voltarão”.

Caso isso aconteça, será um ponto negativo para o hotel, pois estará perdendo um futuro cliente sem ao menos saber o motivo. Na maioria das vezes, boa parte dos clientes prefere não fazer nenhum tipo de reclamação, pois acham não valer à pena, por não saberem a quem fazer a reclamação e por ser uma perda de tempo, tendo em vista que nada será resolvido, talvez por experiências anteriores. Então preferem logo trocar de hotel. Para que isso não ocorra é inquestionável a preparação que os colaboradores devem ter para identificar os anseios dos hóspedes, conseguindo, dessa maneira, resolver os problemas e insatisfações, que, na maioria das vezes são simples e de fácil resolução.



Como a recepção é o setor que o cliente faz o seu primeiro contato, é preciso que o atendimento seja igualmente excelente e que os funcionários sejam capazes de interagir positivamente com os hóspedes (Castelli, 2005).

### **3. O POSICIONAMENTO DA GERÊNCIA**

A gerência é a parte responsável por todo hotel, já que pessoas que trabalham neste setor representam o próprio proprietário, ou seja, o gerente acaba sendo a pessoa de total confiança escolhida pelo empreendedor para cuidar de seus interesses dentro do estabelecimento. Cuidar do andamento do hotel em todos os seus setores e dos funcionários é sua função, então cabe a ela cuidar para que seus funcionários tenham um bom ambiente de trabalho, não só no convívio com seus colegas, mas também com seus supervisores e no desenvolvimento de suas funções. Cabe, então, à gerência saber como está o andamento dos serviços e produtos que estão sendo oferecido, assim como, saber se os equipamentos estão em bom estado e, principalmente incentivar seus colaboradores a buscar um constante aprendizado.

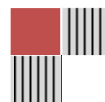
Por isso é necessário que a gerência mostre total interesse em seus funcionários dando a eles total apoio e incentivo O treinamento é uma das atividades essenciais para a prestação de serviços. Ela é baseada no desempenho, portanto, focada em melhorar serviços e aperfeiçoar o ser humano.

Uma boa organização treina seus empregados para fazer o seu trabalho bem feito, dá para eles o conhecimento da função e dissemina um sentimento de comprometimento ao trabalho: uma organização desta faz com que o funcionário tenha um sentimento de orgulho pessoal e encoraja-o a fazer melhor. (LAS CASAS, 1999: 12).

A empresa que busca investir em treinamentos para seus funcionários, acaba transmitindo a eles o interesse de melhor qualificá-los mostrando a eles suas capacidades no sentindo de haver um maior nível de desempenho na sua função e, de certa forma, proporcionar a eles uma realização pessoal.

### **4. O ATENDIMENTO NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS COMO A “ALMA” DO NEGÓCIO**

O atendimento é considerado no setor hoteleiro como ponto chave para alcançar a satisfação do cliente, pois é por meio dele que clientes materializam seus desejos e superam suas expectativas sobre a viagem e a estadia que escolheu. A qualidade de serviços está



voltada, como discutimos, no fator humano, ou seja, na prestação de serviços. Sendo assim, um gerente de hotel deve estar atento a todos os acontecimentos do empreendimento, desde os aspectos administrativos até os aspectos culturais e hábitos cotidianos de seus colaboradores. Por esse motivo é importante manter uma integração entre os diferentes setores por meio do diálogo e da comunicação para alcançar um padrão de qualidade elevado em que o atendimento se torna um elemento de hospitalidade, em que o cliente se sente à vontade e satisfeito com os serviços.

Segundo Camargo, (apud NOEMY; SILVIA; BERSANI, 2009, p. 131), hospitalidade pode ser definido como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu local de origem. Em relação ao espaço doméstico, como por exemplo, podemos citar as recepções, quando ocorre uma visita inesperada ou mesmo programada em que o dono da casa faz o papel de anfitrião buscando bem servi-lo. Já no espaço público, podemos citar como exemplo o deslocamento que os turistas realizam, passando por órgãos públicos ou privados, como bancos, hospitais, lanchonetes e restaurantes ou se entretendo com eventos e lazer na cidade.

Assim sendo, o turista não se prende apenas ao Trade Turístico, mas também estabelece contato com todo o equipamento urbano que a cidade pode oferecer, podendo perceber se aquele local é receptivo ou não e se possui infraestrutura adequada (NOEMY; SILVIA; BERSANI, 2009). Por esta questão, é que o setor turístico e hoteleiro deve buscar profissionais que contemplem a hospitalidade em todas as suas ações, e que tenha disponibilidade para servir.

A disposição para servir é parte essencial da qualidade dos serviços, por isso, ela deve estar clara para todos os profissionais que prestam serviços. Desse modo, o ato de servir torna-se espontâneo e não um fardo ou um castigo. (CASTELLI, 2005). Percebe-se então que não basta apenas ter um profissional com várias qualificações e capacitado para tal trabalho se não usar a hospitalidade na prestação de seus serviços.

Refletindo em termos práticos dessa questão levantada sobre a importância do treinamento dos colaboradores para a hospitalidade nos serviços, buscamos analisar dois hotéis situados na cidade de Marília, por um período de três meses aproximadamente, com a experiência de estágio obrigatório como parte das exigências de conclusão do curso de Bacharel em Turismo. Dessa maneira, trata-se de um relato de vida, onde trabalhamos com a



memória no sentido de reconstruir determinados eventos que foram vivenciados ao longo dos meses.

Além desses relatos, para sistematizar o conteúdo e constatar as hipóteses levantadas utilizamos de questionários abertos aplicados aos respectivos gerentes dos hotéis para refletir objetivamente sobre a problemática da pesquisa. Ressaltamos que o intuito não é realizar um estudo de caso ou um trabalho de campo sobre os hotéis especificamente e, sim tomá-los como exemplos práticos para agregarmos às reflexões realizadas ao longo do trabalho. Desse modo, tomamos os hotéis apenas como base para compreendermos melhor o conteúdo abordado sobre a qualificação de profissionais no setor hoteleiro e, especialmente no setor de recepção de um hotel.

## 5. RELATOS SOBREA EXPERIÊNCIA VIVENCIADA NO HOTEL TENDA.

A partir do estágio realizado no hotel Tenda<sup>1</sup> durante três meses, passando por vários setores, foi possível adquirir uma experiência com a prática de trabalho no setor, pois foram realizadas diferentes atividades nos setores de A & B, Governança e Recepção, etc. Na cozinha havia muito trabalho e, as atividades tinham que ser realizadas com eficiência e rapidez, o tempo era bastante corrido, pois havia serviço de café da manhã e de *coffee break*, que é um tipo de lanche oferecido no intervalo de reuniões todos os dias. Ajudava no preparo dos alimentos, na arrumação deles e no preparo da sala de reuniões. Ajeitando as mesas e cadeiras e varrendo o chão. Havia muita louça para ser lavada e todos os dias o restaurante era preparado para o café da tarde, lavando e secando as louças e arrumando-as na mesa de forma correta como manda a etiqueta, a partir das técnicas da própria governanta do hotel.

Na recepção apenas realizava cadastros de clientes. Pela experiência vivenciada durante esse período percebemos que o hotel não tem uma preparação especializada para seus colaboradores, pois não se preocupam com sua formação e qualificação. Neste período foi notado que a gerência e/ou até mesmo o proprietário não se dava a devida importância com o tipo de serviço que seus funcionários estavam oferecendo, tudo era feito às pressas. Seus funcionários não possuíam muita habilidade e interesse para ensinar os estagiários que lá chegavam, só davam ordens de trabalho pesado. Passavam aos estagiários todo trabalho pesado ou as atividades que não gostavam de fazer, não se importando com os reais motivos que os levaram até lá, ou seja, não se importando com a qualificação de profissionais, que

<sup>1</sup>O Hotel Tenda está situado na cidade de Marília/SP, fundado no dia 06 de Fevereiro no ano de 1975.



poderiam, futuramente, auxiliar nas ações do hotel, melhorando seu atendimento, e dessa maneira, alcançando metas de qualidade e o aumento de número de clientes satisfeitos.

## 6. RELATOS SOBRE A EXPERIÊNCIA VIVENCIADA NO HOTEL JR.

Já no hotel JR<sup>2</sup>o estágio foi realizado todo no setor da recepção juntamente com um mensageiro, um porteiro e dois recepcionistas, sendo um homem e uma mulher, nos dois horários de permanência no hotel. Assim, neste segundo hotel podemos retirar mais informações práticas voltadas ao tema específico de recepção e hospitalidade ao qual este trabalho aborda.

Nesse ambiente, o período da manhã era o mais movimentado, com maior número de clientes realizando reservas por telefone, com hóspedes saindo para suas atividades e solicitando seus carros, enfim, nesse período constatou-se um maior fluxo de hóspedes saindo e chegando ao hotel, exigindo uma maior atenção dos colaboradores em suas atividades e funções. Nessa experiência podemos perceber que existe uma maior preocupação com a qualidade de serviços especializados, no sentido de que houve o cuidado no momento de passar informações e ensinar técnicas para receber um hóspede com cortesia e gentileza, assim como realizar as tarefas designadas à recepção de forma ágil e segura.

No hotel JR foi possível aprender as práticas de realizar o *check-in* e o *check-out*, a fazer reservas, a atender e receber pessoas de forma gentil. Atender aos hóspedes com sorriso no rosto se torna obrigatório, pois esse simples gesto muda o ambiente de trabalho, deixando os funcionários mais alegres e dispostos, transpassando sua satisfação ao cliente, que busca o melhor atendimento em sua hospedagem.

Pois segundo Castelli (2005), a qualidade pessoal resulta do somatório da capacidade de cada indivíduo e de todos os elementos a ele incorporados através da educação e treinamento. Castelli segue dizendo que são as pessoas qualificadas que vão maximizar a qualidade dos produtos e serviços ofertados pela empresa. A partir das relações observadas na recepção do hotel JR, podemos perceber como o sorriso modifica a forma com que a recepção trabalha, possibilitando uma relação agradável ao hóspede, estando em conformidade com a afirmação de Castelli (2005, p. 23)

Que uma pessoa que ao se comunicar esboça naturalmente um sorriso, é prestativa, amável e simpática é talhada para ocupar funções na linha frente que é a recepção,

<sup>2</sup> Hotel JR também está localizado na cidade de Marília/SP, foi fundado em 18 de Dezembro de 2002.



pois um sorriso (não dito sorriso amarelado) e a expressão corporal adequada fazem parte da disposição para servir, e esta, da Qualidade do serviço.

O sorriso é um fator simples e, ao mesmo tempo, primordial para estabelecer relações agradáveis não apenas com os clientes, mas também entre os próprios funcionários, pois o sorriso pode garantir satisfação e ser um fator de motivação para que o trabalhador mantenha uma vida saudável em sua jornada de trabalho.

## **7. ANÁLISE SOBRE AS CONDUTAS POLÍTICAS E ADMINISTRATIVAS DOS HOTÉIS TENDA E JR.**

Podemos encontrar problemas em cada hotel, nenhum é perfeito em seus serviços, mas a diferença entre os dois é que enquanto o Hotel Tenda possui uma administração mais familiar e menos centralizada, o Hotel JR tem uma administração profissionalizada e mais centralizada, no sentido de focar seus objetivos em alcançar a qualidade nos serviços oferecidos. O hotel Tenda, por ser mais antigo no mercado, tem características mais conservadoras, e pela postura que mantém atualmente percebemos que o modo de administrar não foi atualizado, sendo assim, não existe uma preocupação com a capacitação de seus funcionários, não havendo uma prestação de serviços que se preocupe com a qualidade e com o treinamento de seus colaboradores e a prestação de serviços que supere as expectativas dos clientes.

Enquanto que o Hotel JR se preocupa com a qualificação de seus funcionários compreendendo que a chave para o sucesso de um empreendimento hoteleiro está justamente na tentativa de sintonizar seus serviços para proporcionar hospitalidade aos seus hóspedes e construir um diferencial no mercado turístico. Sintonia é a palavra que deve haver entre estrutura física e atendimento para que consiga agradar aos hóspedes. Por isso, tem-se a hospitalidade como um amplo conjunto de estruturas, serviços e atitudes que, intrinsecamente relacionados, proporcionam bem estar aos hóspedes. (CASTELLI, 2005). Castelli (2005) afirma que o ambiente amistoso, acolhedor, hospitaleiro de um hotel constitui-se em fator atrativo e decisivo para muitos viajantes sendo a hospitalidade considerada um importante insumo do produto hoteleiro.

Para Castelli (2005) ainda existem alguns pontos que podem fazer parte da hospitalidade, além do contato humano, como por exemplo, a limpeza em todos os ambientes do hotel, postura e aparência pessoal dos funcionários, ter cordialidade no atendimento e saber ouvir a voz dos hóspedes. Para LasCasas, (apud RAABER, 2010:12)





Há quatro principais pontos da qualidade que são essenciais. São elas: confiabilidade, segurança, aspectos tangíveis e empatia. De fato há uma preocupação com relação à qualidade para o empreendimento hoteleiro, pois não pode haver falhas quando em contato com o cliente, por isso é preciso que as empresas invistam em treinamentos a fim de capacitar e padronizar os processos de atendimento.

Las Casas, (apud RAABER, 2010) aponta que existem quatro principais pontos da qualidade que são essenciais, sendo eles confiabilidade, segurança, aspectos tangíveis e empatia. Por fim, a qualidade nada mais é que a busca incansável pela satisfação das expectativas que os clientes têm. E esta busca está em conhecer e aprender sobre os clientes, saber das suas necessidades e desejos, saber identificá-los para então prestar um serviço à altura, até porque, a excelência no atendimento é o ponto principal para a evolução da empresa. Raaber (2010), afirma que a competência profissional, a eficiência, o entusiasmo, a polidez, a rapidez e a simpatia com que os funcionários recebem e atendem os clientes, faz uma grande diferença no mercado, fazendo com que o empreendimento participe da concorrência e então tenha um crescimento relativo.

E isso só é possível quando existe uma busca constante pelo crescimento e desenvolvimento pessoal dos funcionários para poder responder as exigências dos clientes. Neste caso o treinamento se torna fundamental e peça chave para o sucesso no quesito atendimento. Treinar é acima de tudo valorizar o funcionário e prepará-lo para também, valorizar o cliente, sendo assim, o treinamento é uma atividade primordial para a prestação de serviço com qualidade.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma nova classificação dos meios de hospedagem foi estabelecida em 2010 por diferentes motivações do empreendimento hoteleiro do país, sendo uma delas a decorrência da candidatura do Brasil como sede para dois dos principais eventos esportivos do mundo – A Copa do Mundo de Futebol em 2014 e os Jogos Olímpicos Mundial em 2016. De fato, no início de 2011, a candidatura se concretizou e o país sediará os dois eventos. Essa nova classificação pode trazer para os setores turísticos e hoteleiros uma maior organização e competitividade. Sendo que para isso é de extrema importância e necessidade que haja pessoas capacitadas e qualificadas para tal. Neste caso, faz-se necessário o interesse dos proprietários e do empenho da gerência de se comprometerem em oferecer vários tipos de treinamentos em um relativo curto espaço de tempo, para que seus colaboradores estejam





adequadamente preparados para a questão de atender da melhor maneira possível os turistas nacionais e estrangeiros com o devido cuidado para almejar a satisfação de seus clientes por terem seus desejos realizados.

Trabalhando desta maneira, não será o hóspede a única pessoa beneficiada e satisfeita, mas os próprios colaboradores, pois se sentirão também satisfeitos por deterem conhecimento e serem capazes de cumprir suas tarefas de modo adequado, pois poderão perceber o diferencial em seu atendimento, no sentido de atender aos pedidos com qualidade. Com os colaboradores bem treinados e capacitados, se torna mais fácil reconhecer os anseios dos clientes, com disposição para ouvi-los, analisando as possíveis reclamações, que devem ter um olhar atento sobre elas, pois são as reclamações que indicam ao hotel onde se deve melhorar e corrigir os possíveis erros.

Portanto, podemos compreender que a hospitalidade no atendimento se faz necessário, sendo um dos pontos cruciais para o sucesso do estabelecimento.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLI, Geraldo. **Excelência em hotelaria: uma abordagem prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, Ed., 2005.

NOEMY, Ana Paula; SILVIA, Samira Gama da; BERSANI, Silvânia da Fátima. **Turismo em análise, hospitalidade e alguns de seus conceitos**. In: Revista Conexão. Três Lagoas: editora, volume 06, número 01, 2009. Disponível em: Acesso em: 10 de Outubro de 2011.

RAABER, Melânia Balzan. **A recepção hoteleira**. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Faculdade Cenecista de Nova Petrópolis, 2010.

