

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE HOTELARIA**

PÂMELA DANIELLE SOUSA BRAGA

**A FORMAÇÃO EM HOTELARIA E SUAS IMPLICAÇÕES NO ATENDIMENTO
HUMANIZADO EM UM HOTEL DE SÃO LUÍS**

São Luís
2017

PÂMELA DANIELLE SOUSA BRAGA

**A FORMAÇÃO EM HOTELARIA E SUAS IMPLICAÇÕES NO ATENDIMENTO
HUMANIZADO EM UM HOTEL DE SÃO LUÍS**

Monografia apresentada ao Curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Hotelaria.

Orientador: Prof. Me. Jonilson Costa Correia.

São Luís
2017

PÂMELA DANIELLE SOUSA BRAGA

**A FORMAÇÃO EM HOTELARIA E SUAS IMPLICAÇÕES NO ATENDIMENTO
HUMANIZADO EM UM HOTEL DE SÃO LUÍS**

Monografia apresentada ao Curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Hotelaria.

Aprovado em ____ / ____ / _____, com a média _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Jonilson Costa Correia (Orientador)

1º examinador (Prof. Me. Elaine Fernandes)

2º examinador (Prof. Me. Angela Roberta)

À razão maior da minha vida, minha família:

Anna Luzia de Sousa – minha mãe;

Cleyton de Sousa Braga – meu irmão, o qual amo muito;

Leonor de Jesus Souza – minha tia-mãe;

Maria Clara de Sousa – minha tia-mãe.

AGRADECIMENTOS

Aos meus “infinitos enquanto dure”, pelos momentos alegres e não-alegres; por tudo que foi vivido e também sentido, em favor da educação sentimental e da aprendizagem emocional durante essa “vida acadêmica”, durante essa vida de humanos e não-humanos;

Ao quadro de professores do Curso de Hotelaria da UFMA – àqueles que nos transmitiram seus conhecimentos e experiências profissionais e de vida com dedicação e carinho, àqueles que nos guiaram para além das teorias, das filosofias e das técnicas, expresso os meus maiores agradecimentos e o meu profundo respeito, que sempre serão poucos, diante do muito que me foi (e ainda é) oferecido por vocês, com a certeza de que cada um de nós deixará uma ponta de saudade (que já se faz presente). Perdoem incompreensões; saudemos o carinho que foi solidificado, em especial às orientações e incentivos dos professores: Ana Letícia Burity da Silva (Coordenadora do Curso de Hotelaria da UFMA), Davi Andrade, David Bouças, Elaine Fernandes, Elza Galvão, Eva Maria, Marilene Sabino... e, claro, o meu orientador (e amigo) de todas as horas, JONILSON COSTA, pela orientação na realização desta pesquisa e também pelo carinho, atenção, incentivo, elogios, sorrisos, enfim, pelos momentos inesquecíveis durante todo o curso, principalmente nesses últimos meses que me teve como orientanda. E também a Sr. LUÍS e Fábio (Colaboradores da Coordenação do Curso de Hotelaria da UFMA); pessoas simples que conheci nesses últimos anos; obrigada pela experiência vivida, pessoal e profissionalmente, com cada um de vocês;

A todos os meus amigos de turma... Alegrias nos contagiando, a experiência de novas amizades e a ansiedade por uma nova fase (hoje cumprida). Iniciava o Curso, e com isso a nova convivência... E as horas debruçadas sobre os livros, a ansiedade de cada prova, cada trabalho, as bagunças nas salas de aula, as festinhas, o companheirismo... Lembranças agradáveis em nossa memória. E sabemos que nessa caminhada houve muitos desencontros, passamos por gente estranha, indiferente, mas também surgiram amigos. Afinal, foram alguns anos juntos e não alguns dias. Provavelmente outras pessoas passarão em nossas vidas, mas jamais esqueceremos a época da Universidade. São eles: Cláudia, Hélio, Jainara, Kerliane, Patrícia, Sebastião,

Ulysses... Obrigada pelos momentos felizes, pelos “trabalhos” e, pelas incontáveis conversas que tivemos durante todo o curso. Agora, cada um seguirá (ou já seguem) sua trilha com a lembrança do que somos: que tudo que aprendemos seja luz para nossos caminhos;

E, em especial aos que vivem e dividem comigo todas as alegrias e tristezas, todos os instantes e eternidades, todos os altos e baixos da vida, todos os dias e noites de saúde ou de enfermidade e, acima de tudo, o ar de AMOR que temos uns pelos outros, e outros pelos uns: LUZIA – minha mãe, a qual por razões de Deus gerou e gera vida e, claro, pelos infinitos “minha filha, vai com Deus”...; Leonor ou simplesmente LILI – minha tia-mãe, pela sua interminável bondade e sua incansável compreensão e, claro, pela confiança que depositou e deposita na minha pessoa; CLARA ou “Cainha” – minha tia-mãe, pelos vários votos de louvor e pela confiança que depositou e deposita na minha pessoa; CLEYTON, “irmão” ou, simplesmente, “lerdo” – meu irmão querido, a pessoa que mais amo nesta vida, e que, por isso, não tenho palavras para traduzir tamanho sentimento: amigo, incentivador, pessoa maravilhosa, verdadeira, condutor nesta jornada, e, sobretudo, singular. Hoje eu te dou a minha conclusão desses anos de luta, a minha lágrima mais sentida, a mais intensa alegria, o abraço mais carinhoso, o beijo mais afetuoso, o aperto de mão mais amigo e, acima de tudo, eu te dou o meu amor pela realização desta escalada, que lado a lado conquistamos, e minha sincera gratidão. A vocês, que por serem tão especiais em minha vida, não encontro palavras para expressar nosso carinho, nossa gratidão e nosso amor;

E, claro, antes de tudo e de todos, a DEUS, Pai todo poderoso, que nos mantém vivos, para que possamos agradecer pela nossa vida, fé, saúde, esperança, felicidade e amor – Deus de todos nós, meu muitíssimo obrigada por tudo que está dentro e fora do meu ser.

A vocês o meu muito obrigada.

PÂMELA DANIELLE SOUSA BRAGA.

É a hospitalidade que remonta valores humanos, que nos motiva, nos impulsiona e desperta em nós a busca por um aprimoramento contínuo.

Geraldo Castelli.

RESUMO

Este estudo monográfico trata-se de uma pesquisa dentro do contexto da educação formal, focando a formação do profissional em hotelaria e suas implicações e/ou contribuições para a prática da hospitalidade na busca de um atendimento humanizado em um hotel de São Luís. Com o crescimento da atividade hoteleira e a relação dessa atividade com a humanização, como um dos fatores que carrega consigo razões históricas e sociais, fez-se necessário um estudo sobre a hospitalidade. Com os procedimentos metodológicos, que tomamos para atender os objetivos, permitiu-nos fazer uma leitura qualitativa com etapa exploratória, empregada como procedimento de investigação de pesquisa bibliográfica, e posteriormente descritiva, onde se elaborou leituras de análises que nos levassem a refletir na realidade do setor de hospedagem. Há ainda uma pesquisa de campo, buscando mais resultados sobre a formação do profissional em hotelaria, seja em relação às modificações impostas pelo público ou em valorizar o lado humano da organização na hospitalidade. O resultado desse estudo foi alcançado quando se percebe a importância dessa formação e a valorização da mesma preocupando-se em acolher as necessidades enquanto relevância acadêmica e social de um atendimento humanizado.

Palavras-chave: Hospitalidade. Hotelaria. Formação Profissional.

ABSTRACT

This monographic study is a research within the context of formal education, focusing on the training of professionals in hospitality and its implications and / or contributions to the practice of hospitality in the search for a humanized care in a hotel in São Luís. Growth of the hotel activity and the relation of this activity to the humanization, as one of the factors that carries with it historical and social reasons, a study on the hospitality was necessary. With the methodological procedures, which we took to meet the objectives, allowed us to make a qualitative reading with exploratory stage, used as a research procedure of bibliographic research, and later descriptive, where we prepared analyzes readings that led us to reflect on the reality of hosting industry. There is also a field research, seeking more results on the training of hotel professionals, either in relation to changes imposed by the public or in valuing the human side of the organization in hospitality. The result of this study was reached when one realizes the importance of this training and the valorization of it, taking care to meet the needs as an academic and social relevance of a humanized service.

Keywords: Hospitality. Hotelaria. Formation Profissional.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. HOSPITALIDADE: ORIGEM E EVOLUÇÃO DA HOSPITALIDADE	13
2.1 Conceitos e dimensões da hospitalidade	14
2.2 Hospitalidade e Turismo	18
2.3 Hospitalidade como vantagem competitiva	22
2.4 Hotelaria Nacional: abordagem histórica	24
2.5 Hotelaria Maranhense: abordagem histórica	26
3. FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL DE HOTELARIA	29
3.1 Apresentação Pessoal e Postura Profissional	33
3.2 Qualidade em serviços hoteleiros	34
3.3 Hospitalidade Hoteleira	36
3.4 Onde e como praticar a hospitalidade	38
3.5 A natureza da hospitalidade humana	39
4. O PERCURSO METODOLÓGICO.....	41
4.1 Caracterização do Campo de Pesquisa	43
4.2 Caracterização dos Sujeitos da Pesquisa	45
4.3 Achados da Pesquisa com a Gerente de RH	45
4.4 Achados da Pesquisa com um dos Recepcionistas	47
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
REFERÊNCIAS	51
APÊNDICES	54

1. INTRODUÇÃO

No presente trabalho discutiremos a formação em hotelaria e suas implicações no atendimento humanizado em um hotel de São Luís. O assunto tornou-se mais próximo de outras áreas, como turismo e hotelaria, por exemplo, mas também surge em outras áreas de questionamento da sociedade, como a humanização. Por isso, levou-se em consideração a grande relevância em compreender o processo de humanização em que o ser humano é construtor e construído pelas suas características.

Partindo desta explanação, este trabalho levanta o seguinte problema: como identificar aspectos da formação do profissional em hotelaria na intenção de mostrar suas implicações e contribuições para um atendimento humanizado? Daí passa que a preparação de pessoas para a hospitalidade é o primeiro desafio, e que, portanto, nos conduz a uma discussão plena de sentidos sobre a construção, a consolidação e as relações humanas. Pretendemos desse modo, abordar razões históricas e sociais, fazendo o estudo do fenômeno da hospitalidade, o que possibilitou leituras/estudos mais aprofundados em torno dessa problemática, e que vieram originar e contribuir nesta pesquisa sobre as representações sociais que ela levanta.

Com base neste questionamento buscamos subsídios dentro do contexto da educação formal, focando, sobretudo, mais especificamente a formação do profissional de hotelaria dentro de suas peculiaridades, visando contribuir para a importância de um profissional bem preparado em questões referentes a valores de hospitalidade e humanidade. Vem a nossa mente, o que a empresa considera como normas, ou seja, suas atitudes, conceitos, valores e propostas para ser e existir num contexto amplo de mundo ou dentro de um espaço mais restrito.

Diante disso, Geraldo Castelli (2003, p. 37) cita que

além de envolver formação técnico-científica é preciso colocar em evidência também qualificações humanas e que os mesmos agreguem valor e troquem experiências com a empresa. De outro, as instituições que ofertavam profissionais com formação específica ou próxima a que o mercado requer, muitas vezes não os preparando a assumir o que realmente requer. Nesse contexto é que surge a seguinte questão: como os colaboradores do setor hoteleiro adquirem competências ao longo de sua trajetória profissional? Esse posicionamento não é baseado apenas na formação profissional, mas na experiência, nas competências, na personalidade e no contexto no qual se está inserido.

Desta forma, nosso trabalho, tem enquanto objetivo geral compreender a formação profissional em hotelaria e suas implicações e/ou contribuições para a prática da hospitalidade buscando um atendimento humanizado. A partir do objetivo geral, alguns objetivos específicos foram surgindo, pois buscamos:

- a) Apresentar os princípios da hospitalidade, entendendo-a como experiência de uma boa relação humana, agregando nessa discussão circunstâncias sociais de valores e ações com o ato de receber pessoas, em vista de estimular a hospitalidade no âmbito social;
- b) Descrever cuidados das diversas formas de comunicação hoteleira, dentro de uma vivência teórico-prática, na busca de identificar a importância e as características do profissional em hotelaria e conseqüentemente da hospitalidade, e suas implicações no atendimento humanizado;
- c) (Re)conhecer a importância da adequação do profissional em hotelaria nas atividades de atenção aos hóspedes.

Esta pesquisa, de tal modo, justifica-se enquanto relevância acadêmica e social a humanização, pois a hospitalidade pode ser definida como ato humano, exercido em contexto público, doméstico e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas. E Luiz Camargo (2004, p.30) completa essa afirmativa, dizendo que “a origem da hospitalidade surge, pois, não de alguém que convida, mas de pessoas que necessitam de abrigo e buscam calor humano ao receber o estranho”.

O interesse por esse estudo surgiu mediante a hotelaria, num primeiro olhar, que nos remete ao conceito de hospitalidade. Quando procuramos uma definição sobre o termo hospitalidade, encontramos análises e abordagens que diferenciam seu significado de uma noção mais restrita até as mais abrangentes, muitas vezes apenas no contexto de hotéis, restaurantes, lojas ou estabelecimentos de entretenimento. Por isso Nilma Paula (2002, p. 70) nos ressalta: “a hospitalidade é representada sob diversas formas, por diferentes autores e por meio de inúmeros conceitos, tais como conforto, receptividade, liberalidade, sociabilidade, cordialidade, dentre outros”.

Contudo, esta pesquisa tem o propósito de contribuir para estabelecer um caminho possível para reconhecer a importância da formação do profissional de

hotelaria. Deste modo, toda e qualquer forma de prestação de serviço do setor de turismo faz parte do segmento de hospitalidade, pode e deve contar com profissionais hoteleiros e sua excelência do bem servir.

Os procedimentos metodológicos do presente estudo, e que tomamos para atender os seus objetivos, permitem uma leitura qualitativa com etapa exploratória, e emprega como procedimento de investigação de pesquisa bibliográfica constituída pela busca em consultas em livros, artigos científicos, revistas, sites e em acervos documentais; e, posteriormente descritiva, etapa na qual pretendemos elaborar a pesquisa na leitura de análises que possam refletir na realidade do setor de hospedagem.

Por fim, ressaltamos que este trabalho está fundamentado em cinco partes. Na primeira trazemos os elementos introdutórios, onde se observaram a realidade da hospitalidade nos dias atuais, a relevância e os objetivos da pesquisa. Na segunda parte fazemos um apanhado sobre a temática hospitalidade, sua origem, seus conceitos, sua importância, hospitalidade e turismo relacionadas entre si, a hospitalidade como vantagem competitiva e uma pequena abordagem histórica da hotelaria nacional e maranhense, de acordo com autores nacionais e estrangeiros. Na terceira parte tratamos sobre a formação do profissional de hotelaria, seus conceitos, o porquê de sua importância no atendimento humanizado para as empresas do trade turístico. Na quarta parte apresentamos o método, expondo os procedimentos utilizados na obtenção de informações, os resultados da pesquisa, de acordo com os objetivos estabelecidos. E na quinta e última parte apresentamos as considerações finais do trabalho.

2. HOSPITALIDADE: ORIGEM E EVOLUÇÃO DA HOSPITALIDADE

Neste capítulo abordam-se os aspectos sobre a temática hospitalidade, sua origem, seus conceitos, sua importância, hospitalidade e turismo relacionadas entre si, a hospitalidade como vantagem competitiva e uma pequena abordagem histórica da hotelaria nacional e maranhense.

A hospitalidade surgiu porque as pessoas precisavam viajar a negócios e se divertir. Com o tempo, a hospitalidade foi se desenvolvendo e provocando um movimento entre povos de diversas culturas. Segundo Conrad Lashley (2004, p. 2), é usado “o termo ‘hospitalidade’ para descrever o conjunto de atividades do setor de serviços associados à oferta de alimentos, bebidas e acomodação”.

Há muito tempo, por volta de 3000 a.C., os comerciantes que viajavam de uma região a outra, para vender grãos, necessitavam de abrigo, comida e bebida, dando início às atividades de hospedagem. O que se conhece hoje da história da hospedagem no mundo é que hospedar pessoas é uma prática muito antiga (Cf. CASTELLI, 2003; CHON, 2003; DIAS, 2002).

Célia Dias (2002, p. 98) ressalta que, “desde o início da civilização, os gestos de recepção e hospitalidade, muitas vezes sem a contrapartida do pagamento, parecem cercados por uma aura divina – como na Grécia antiga, onde Zeus Xenios protegia o hóspede e o hospedeiro”.

Os jogos olímpicos, na Grécia antiga, também serviram de base para atividade de hospedagem. Para acolher os viajantes do comércio e os participantes dos jogos olímpicos, foram construídas hospedarias. Elenara Viera e Índio Cândido (2003, p. 27) colocam: “[...] em Olímpia, na Grécia antiga, foi erguida a primeira hospedaria [...]”.

Em muitas partes do mundo o comércio cresceu e os estabelecimentos de hospedagem se desenvolveram. E John Walton (2004, p. 80) diz que, em geral, “tais serviços envolviam a oferta de bebidas alcoólicas, embora também houvesse hospedarias que proporcionavam apenas acomodação”.

A conversa e a convivência entre as pessoas eram feitas em latim (língua que havia se tornado o idioma do mundo, para época). De acordo com a história, por volta do ano 43 d.C. os serviços de hotelaria podiam ser encontrados pelas principais

estradas e cidades. Os melhores estabelecimentos hoteleiros possuíam restaurante, lavatório, quartos com chave ou trava, quintal e estábulo para abrigo de animais (Cf. CASTELLI, 2003; CHON, 2003; DIAS, 2002).

A Igreja Católica Romana também teve participação importante na área da hospitalidade, por causa das pessoas que viajavam para visitar igrejas. Os alojamentos nas igrejas ofereciam lugar para dormir e comer sem exigir pagamento. As viagens e o comércio aumentaram, pouco a pouco, e as igrejas permaneceram como os principais estabelecimentos de hospedagem, tanto para os que viajavam a negócios quanto para os que viajavam para se divertir (Cf. CASTELLI, 2003; CHON, 2003; DIAS, 2002).

É como Elizabeth Telfer (2004, p. 54) nos enfatiza: “a natureza e a importância da hospitalidade variaram muito em diferentes épocas e lugares”. Com isso, a atividade hoteleira cresceu por muitos países. Daí, o surgimento da hospitalidade e suas funções, ainda que remotas, deu-se quando surgiram os primeiros meios de hospedagem que se tem conhecimento na história. Contudo, com a evolução mercadológica foi surgindo a qualidade e o aperfeiçoamento na hospitalidade para bem atender e servir.

2.1. Conceitos e dimensões da hospitalidade

A hotelaria, num primeiro olhar, nos remete ao conceito de hospitalidade. Para quem viaja, seja a negócios ou a passeio, uma das condições primeiras é estabelecer-se num local em que possa sentir a mesma tranquilidade e a mesma paz que encontra em sua própria casa.

Por isso, Geraldo Castelli (2006, p. 3) ressalta:

O ambiente amistoso, acolhedor, hospitaleiro de um hotel constitui-se em fator atrativo e decisivo para muitos viajantes. A hospitalidade, dessa forma, pode ser considerada um importante insumo do produto hoteleiro. Daí a importância de tornar empolgantes todas às ações que envolvem o processo da hospitalidade.

Kye Chon (2003, p. 1) nos diz que

a ideia de hospitalidade, data, é claro, de épocas muito anteriores, desde as evidências históricas encontradas nos primeiros centros da civilização, como a Mesopotâmia (atual Iraque), às referências bíblicas à tradição de lavar os pés dos hóspedes, até os posteriores registros dos donos de hospedaria ingleses que, com uma caneca de cerveja, recebiam viajantes cansados. O conceito de hospitalidade, no entanto, permaneceu o mesmo ao longo da história: satisfazer e servir os hóspedes.

Elizabeth Telfer (2004, p. 54) diz que, “em seu significado básico, pode-se definir o termo hospitalidade do seguinte modo: é a oferta de alimentos e bebidas e, ocasionalmente, acomodação para pessoas que não são membros regulares da casa”. Diante disso, receber hóspedes de uma maneira calorosa e cordial, é criar um ambiente agradável ou confortável, satisfazer as necessidades dos hóspedes, antecipar os desejos dos hóspedes, criar uma atmosfera amigável e segura.

Como podemos observar a hospitalidade presente desde sempre no contexto das atividades humanas, com o passar dos anos, foi se moldando às transformações ocorridas nos ambientes políticos, econômicos e sociais. E Lúcio Grinover (2002, p. 27) completa essa afirmativa: “hoje o conceito de hospitalidade estende-se para além dos limites de hotéis, restaurantes, lojas ou estabelecimentos de entretenimento”.

Isso implica a necessidade de recorrer a análises de caráter histórico, epistemológico e empírico das ações que são empreendidas na área da hospitalidade. Esta, que enriquece com discussões interdisciplinares, é uma atividade, um campo de conhecimento que se vale de certas práticas que vão desde o planejamento, visando soluções de problemas concretos do dia a dia de seus produtos e serviços, até formas específicas, não apenas da história, da geografia, da sociologia, da economia, da política etc., mas também das ciências e tecnologias aplicadas à administração, à educação, à comunicação, à arquitetura, ao planejamento ambiental, aos recursos naturais etc.

A hospitalidade, de forma geral, pode ser apresentada por diversas formas, por inúmeros fatores, com distintos conceitos e associações, tais como: acolhimento, sociabilidade, alimentação, lazer entre outras. Muitos estudiosos entendem que a hospitalidade é subjetiva, sua percepção varia de pessoa para pessoa, e de cultura para cultura (MACEDO, 2013).

Diante disso, pode ser considerada como um dos alicerces da formação dos

vínculos sociais, conseqüentemente transformando-se num ato social, uma vez que abre espaços para uma ação que estabelece no encontro entre indivíduos: anfitrião que recebe, e hóspede que é recebido, dessa forma, proporciona momentos de construção de relações sociais, e por esse motivo, percebe-se aqui um contexto ético estabelecido em todas as culturas.

Zilda Matheus (2002, p. 66) acrescenta: “o conceito de hospitalidade cuja qualidade pode ser entendida como categoria da identidade, não pode ser estudada apenas no seu nível normativo; deve-se levar em consideração as percepções influenciadas pela cultura e educação dos indivíduos”.

O ambiente que o hospedeiro deve proporcionar ao hóspede, portanto, deve levar em consideração sua origem e sua formação cultural, e a estrutura que oferece deve ser compatível com as exigências do hóspede. Tanto se observa essa característica que hotéis e pousadas de todos os níveis vão em busca de seus hóspedes oferecendo-lhes formas pessoais e particulares de hospedagem, acesso às mais diversas opções e condições de hospedagem que se transformam em atendimento pessoal e preferencial.

Marcelo Boeger (2008, p. 54) enfatiza: “hospitalidade, no entanto, é o ato ou efeito de hospedar, é a qualidade do hospedeiro, ou ainda, bom acolhimento, liberalidade, amabilidade e afabilidade no modo de receber os outros”. A hospitalidade, portanto, tem como seu ponto fundamental a interação entre as pessoas, onde se inicia uma dinâmica de reciprocidade. No entanto, o conceito de hospitalidade é, segundo podemos entender, o ato de receber quem está chegando de algum local, tornando-se mais do que um simples ato de recepção.

Não é necessário levar em conta o nível em que está ocorrendo à hospitalidade, esta tanto pode ser uma forma espontânea de recepção, ou uma maneira programada, podendo manifestar-se como pessoal ou comercial, como oferta turística ou como necessidade profissional.

Desta forma, a hospitalidade é de compreensão individual, ou seja, é entendida de acordo com a experiência de cada pessoa em relação ao lugar que conheceu. Diante disso, Rita Cruz (2002, p. 41) esclarece também que “a hospitalidade pode ser voluntária ou involuntária, ou seja, nem sempre o anfitrião está recebendo o visitante de

forma espontânea. Mas, ainda assim, deve bem recebê-lo”.

Entretanto, cada uma dessas afirmações tem uma expectativa intuitiva e correta quanto ao que é, e o que não é hospitalidade. Em razão disso, essa hospitalidade pode ser boa ou ruim, dependendo da percepção de cada um de nós.

Por exemplo, no contexto do turismo entendemos que para ser hospitaleiro é preciso esmerar-se na excelência dos serviços prestados, educar a comunidade para receber pessoas, investir em infraestrutura básica, pois a hospitalidade está desde o atendimento no consumo diário, nas condições de sinalização, estradas, higiene e até na segurança dos lugares (MACEDO, 2013).

Dessa forma, dependendo do cliente, um bom serviço pode ser relacionado a diversos fatores, como: o grau de atenção que o visitante recebe, a quantidade de agrados oferecidos, e a rapidez do atendimento solicitado. Porém, para que os serviços sejam realizados da maneira correta e o cliente fique satisfeito, é importante seguir alguns princípios básicos da hospitalidade que necessitam ser respeitados para que haja uma boa acolhida. São eles:

- a) *Segurança*: onde o cliente, ao ser acolhido, deseja encontrar um abrigo seguro para repousar;
- b) *Cortesia*: o cliente se manifesta por meio da boa aparência, da educação e da presteza, ou seja, deseja ser tratado com gentileza e simpatia, para se sentir à vontade;
- c) *Contato*: o cliente deseja receber toda atenção durante sua permanência no estabelecimento;
- d) *Coerência*: é preciso que ambientes e serviços estejam de acordo com o que se promete ao cliente, buscando a harmonização de todos os serviços.

Entretanto, estudiosos e profissionais de turismo ressaltam a dificuldade que envolve a hospitalidade. Porém, nota-se disposição na literatura consultada em entender como funciona e quais os benefícios que a mesma traz.

Sobre isso, Sandie Randall (2004, p. 173) ressalta:

para identificar e entender os significados culturais contemporâneos acerca da hospitalidade, parece claro que deverá ser melhor acessado, identificado e entendido o modo pelo qual a mídia constrói as mensagens sobre hospitalidade, bem como suas partes constituintes.

Com isso, podemos destacar que, o que se espera na hospitalidade é o bom tratamento, e isso vai implicar também na concepção do modo de estar do hóspede, fator principal para se conceituar a hospitalidade. Diante disso, torna-se fácil para nós o entendimento de que o local em que se hospeda deva ser um local ao nível de quem é hospedado, o que vai estabelecer também um histórico para esses locais, envolvendo a prestação de serviços, a alimentação, os momentos de entretenimento, as informações sobre a localização do hóspede no espaço cultural em que se encontra e, acima de tudo, o ambiente em que está hospedado. Portanto, cabe ao hóspede, conferir e se certificar de que as ofertas atendam realmente suas pretensões.

No entanto, o que chamamos atualmente de hotelaria possui essa diversificação única e exclusivamente verificada através dos tempos e da experiência dos que praticam a hospedagem. Em razão disso, demandam um desenvolvimento mais intenso para o bom atendimento e uma conquista de fatores materiais que possam indicar o melhor local para a hospedagem.

2.2. Hospitalidade e Turismo

A área de Turismo e Hotelaria engloba um complexo grupo de atividades econômicas e profissionais bastante relacionadas entre si, a ponto de serem consideradas frequentemente, como uma só, mais ampla. Entretanto, sob diferentes denominações: turismo e hotelaria, turismo e hospitalidade, indústria do turismo, indústria hoteleira, gastronomia, hospedagem, negócios, eventos, lazer, recreação, viagens, trade turístico, ou serviços turísticos para todo o conjunto.

No turismo, ser hospitaleiro é “receber bem” os turistas, termo que muitas vezes é associado à hospitalidade (MACEDO, 2013). Contudo, diretamente ligada às necessidades e desejos das pessoas, ou seja, do desejo do visitante de “ser bem recebido”.

Pode-se dizer que o bem receber compreende todos os esforços despendidos pelo poder público e a iniciativa privada para fazer de um local um destino turístico consolidado. É fundamental receber os visitantes com atenção, demonstrar-lhes que o local têm interesse em sua presença e que está preparado para recebê-los.

É como John Walker (2002, p. 33) nos enfatiza: “o turismo pode ser definido como a ciência, a arte e a atividade comercial especializada em atrair e transportar visitantes acomodá-los, e atender, com cortesia, e a suas necessidades e desejos”.

O turismo, assim, ultrapassa o simples fato de ser a mais importante atividade econômica do mundo, e deste modo uma indústria intensivamente geradora de empregos e capital, exercendo na economia um efeito multiplicador. E o seu contínuo e constante crescimento o coloca como um grande mercado, que contribui ainda mais para o desenvolvimento sustentável da comunidade mundial.

Com isso, o turismo se insere no rol de alternativas de desenvolvimento sustentável e harmônico com o uso racional dos atrativos turísticos. Conforme Cláudia Costa (1995), o desenvolvimento sustentado do turismo pode contribuir para a reversão de nossa imagem de depredadores do meio ambiente. Por essa razão, ressaltamos que a força do turismo transcende o aspecto econômico, quando suas implicações socioculturais e educativas interagem como veículo de compreensão entre povos de nacionalidades distintas.

Hoje em dia, não se considera mais o turismo apenas como uma simples diversão, pois ele possui condições educativas excepcionais. O turismo é muito importante para o intercâmbio cultural, pois ele serve à mútua compreensão dos povos, inclusive, de suas culturas específicas.

Na verdade, o fenômeno turístico tem também um aspecto sociocultural tão importante quanto o econômico, já que permeabiliza a expansão do ser humano através de motivos de divertimento, estudo ou curiosidades de conhecer novas culturas, assim enriquecendo e expandindo seus conhecimentos através das viagens. Temos, pois, que as pessoas que fazem turismo são impulsionadas por uma gama de motivações, as quais são peculiares em cada indivíduo.

Para Pellegrinni Filho (1993, p. 144), que considera o turismo como um dos fatores de mudanças que tanto podem trazer resultados benéficos quanto maléficis, no

entanto “podemos mudar a imagem errônea de que o turismo seja um fator de destruição e poluição, pois, trata-se de uma imagem mundialmente corrente: e correta”.

Correta, na opinião de vários autores, pois, deve-se evitar o turismo de massa, o turismo que gera consequências irreversíveis; este sim é poluidor e predador dos valores culturais. Enquanto que privilegiar o turismo brando, ameno, assim como desenvolver um trabalho de conscientização turística junto às comunidades, seria a melhor forma para aproveitar as riquezas naturais e culturais de uma região receptora.

A hospitalidade pode ser notada em todas as atividades relacionadas ao setor, desde a facilitação ao ingresso e permanência no país, até a educação e capacitação dos profissionais. Para o turismo, a hospitalidade é um item capaz de aumentar a competitividade dos destinos e dos serviços.

Portanto Rita Cruz (2002, p. 43) ressalta:

A hospitalidade é um dos temas mais discutidos entre as abordagens culturais do fenômeno do turismo. Como o turismo envolve deslocamento de pessoas e sua permanência temporária em locais que não são o de sua residência habitual, há uma intrínseca relação entre turismo e hospitalidade. Todo turista está sendo, de alguma forma, recebido nos lugares. O que diferencia a experiência entre um e outro turista no que se refere à hospitalidade é a forma como se dá o seu acolhimento no destino.

Tal fenômeno passa a criar cada vez mais no turista uma expectativa de hospitalidade. Em sua passagem pela localidade, o turista vai utilizar vários serviços onde necessita ser bem recebido e atendido em suas necessidades e expectativas.

Por esse motivo, está relacionada intimamente com a qualidade dos bens e serviços oferecidos. Isto equivale a dizer que a qualidade oferecida no destino turístico vai influenciar diretamente no bom ou no mau atendimento ao turista.

A necessidade de rever os serviços prestados e colocar o cliente como peça fundamental do planejamento de turismo, oferecer a ele serviços diferenciados é imprescindível para conquistá-los, mas deve-se sempre levar em consideração os interesses da comunidade local, evitando assim, conflitos que possam vir causar a inviabilidade do destino turístico.

A preocupação vai além da qualidade dos serviços e do conforto do turista. A hospitalidade contemporânea está voltada também para os sentimentos de todos os envolvidos no mercado turístico. Ela busca a satisfação completa, o encantamento do

visitante. Saber conquistar e encantar o cliente faz parte de um ritual comercial nos dias atuais. No entanto, nem todas as empresas compreendem esta função. Os turistas, ao chegarem a uma cidade, podem ter um acolhimento preparado, improvisado, que atendam ou não suas expectativas, ou que as superem. O acolhimento está ligado diretamente com a preparação do destino turístico. E nisso, Luís Di Muro Pérez (2001, p. 5) destaca:

São muitas as pessoas que contribuíram para o desenvolvimento do turismo e, dentro dele, da hotelaria, mas devemos destacar dois grandes homens: Thomas Cook e Cesar Ritz, o primeiro como precursor da comercialização de viagens e o segundo como introdutor da hotelaria moderna [...].

Para ser hospitaleiro é preciso preocupar-se na excelência dos serviços prestados, educar a comunidade para acolher os turistas, investir em infraestrutura básica. A hospitalidade está no atendimento na compra de um passeio, nas condições de sinalização, estradas e até na higiene e segurança dos destinos.

Para Kye Chon (2003, p. 45),

quase todos os destinos precisam de infraestrutura e serviços próximos para satisfazer às necessidades dos visitantes. Independentemente de seus motivos para viajar, os turistas costumam gastar dinheiro durante sua estada em uma localidade. Os gastos dos visitantes geram receita e lucro para muitos negócios, entre os quais hotéis, campings, restaurantes, postos de gasolina, campos de golfe, mercados e lojas de *suvenires*.

É importante destacar que a hotelaria, no trade turístico, é a atividade de maior importância, considerando-se que é responsável pela maioria dos serviços oferecidos na atividade turística, por isso, atende as duas principais necessidades básicas do viajante, que são a moradia e alimentação.

E na hospitalidade no turismo destaca-se atualmente muito amplo e engloba desde os bens tangíveis, como hotéis, pousadas, resorts, campings, meios de transportes, entre outros; até os intangíveis, que são os serviços prestados e que proporcionam o bem estar físico e psíquico do visitante. Conseqüentemente, o avanço tecnológico e dos meios de transporte tornou o mundo acessível a praticamente toda a população, com isso, pessoas tornaram-se mais exigentes nas suas escolhas, além das diversas opções de serviços, alimentação, acomodações e lazer que existem no mundo atual.

2.3. Hospitalidade como vantagem competitiva

Para as empresas, a hospitalidade como estratégia de competitividade ainda é pouco utilizada. Provavelmente o seu significado está no cotidiano das empresas como “receber bem” o visitante dentro da sua casa ou na cidade, sendo assim, a sua abrangência vai muito além. Por isso, nesta atividade é reconhecida a importância do “bem receber”, até como uma forma competitiva das empresas/pessoas.

Kye Chon (2003, p. 333) destaca:

a empresa que prioriza a questão ética torna-se mais competitiva – talvez porque seus funcionários estejam mais comprometidos com as metas e os valores que ela estabelece. E essa dedicação é ingrediente vital para a excelência dos serviços, especialmente na área da hospitalidade.

Diante disso, a hospitalidade talvez seja uma ferramenta de competitividade a ser trabalhada. Geraldo Castelli (2006, p. 7) ressalta que

para as organizações se manterem vivas e encantar clientes, elas precisam ser competitivas. Isso significa oferecer bens e serviços melhores que os concorrentes para satisfazer e encantar os clientes. Dessa forma, realizarão excelentes vendas e, com isso, obterão lucro. Vale notar que o lucro, nesse enfoque, é muito mais uma consequência que um fim em si. Pode ser entendido como o pagamento que os clientes fazem em troca da satisfação/encantamento que a empresa lhes proporciona.

O perfil dos gestores em hotéis está mudando rapidamente. Não importa quais ferramentas os gestores estarão utilizando. Não dá pra esperar mais. As lamentações devem ser substituídas por ações possíveis de serem implementadas. Assim, temos que lembrar de que a competitividade é saudável (como muitos dizem por aí) somente para aqueles que conseguem manterem-se competitivos e vivos no mercado. Para Renato Ricci (2002, p. 47),

quaisquer que sejam as explicações que procuremos encontrar para todos os conflitos aos quais temos que administrar em nossas vidas, no fundo chegamos a conclusão de que elas não são suficientes para explicar nossas atitudes perante um outro interlocutor.

Pois, assegurar essas situações nem sempre é fácil, exige empenho por parte do hotel e dos seus colaboradores, como atitudes coletivas, de pessoas comprometidas

com o nome e o sistema da empresa. O agir com atitude hospitaleira, através do bom relacionamento entre colaboradores do hotel e desses com os hóspedes, é um dos pontos-chaves para conseguir que esse ambiente seja o mais agradável e familiar possível para o cliente. E sobre isso, Geraldo Castelli (2006, p. 97) nos diz: “toda empresa, assim como o ser humano, luta para a sua sobrevivência. Para isso a empresa precisa ser competitiva”.

Para atender o hóspede da atualidade, que exigem serviços de excelência, atendimento personalizado, ambiente agradável, acolhedor, os hotéis precisam se adaptar ao novo contexto, através de alterações e atenção a diversos aspectos. Fica evidente que esses devem ser construídos cada vez mais com intuito de oferecer, além dos serviços essenciais relacionados à hospedagem, também um clima agradável, que transmita aos hóspedes uma popularidade de local hospitaleiro, pois, devem ganhar atenção e se adequar a demanda. No entanto, a demanda por produtos e serviços é grande e exigente, mas a oferta é ainda maior.

Com o avanço tecnológico, a valorização da informação, o ritmo acelerado das mudanças e a globalização, as atividades hoteleiras precisam buscar vantagens para se destacar. Mas é preciso estar ciente de que a preocupação com a qualidade dos serviços oferecidos não deve existir somente porque uma forte concorrência, mas também pelo fato de que os clientes estão cada dia mais atentos ao tipo de serviço recebido, aos preços cobrados, e sobretudo, ao atendimento personalizado. Por isso, onde os consumidores estão comprando cada vez mais, mas ao mesmo tempo estão mais conscientes dos seus direitos e exigindo produtos, bens e serviços de alta qualidade.

Enfim, o cenário atual faz com que todos aqueles que estejam à frente de um negócio voltado aos segmentos da hospitalidade tenham que encarar a realidade de frente e partam para um plano de trabalho mais prático e mais rápido. Todos devem andar na mesma direção. Porém, ao olhar para os consumidores, é importante saber que cada um tem uma necessidade específica, com perfil e personalidade diferente.

2.4. Hotelaria Nacional: abordagem histórica

A necessidade de hospedar pessoas no Brasil iniciou logo depois do descobrimento, na instalação das capitânicas hereditárias, pela necessidade de serviços que oferecessem alimentação e abrigo. Eram viajantes que se deslocavam constantemente por causa das relações comerciais que tornavam as viagens algo comum e frequente.

Luís Di Muro Pérez (2001, p. 3) destaca:

a história da hotelaria começa com os primeiros deslocamentos do homem, quando as grandes distâncias e os meios utilizados obrigavam os viajantes a pernoitar em lugares seguros, onde também tivessem refeição. As razões do deslocamento dos povos foram muitas: a conquista de novas terras, a religião, o comércio, etc.

Quanto ao termo Hotelaria, este é originado da palavra *Hotel* (palavra francesa que denominava os palácios urbanos). A hotelaria depende das características da hospitalidade para sua manutenção e consiste em oferecer acomodação (alojamento) e alimento para pessoas que estão longe de casa. Esses dois serviços satisfazem as necessidades do ser humano, como “comer e dormir”.

No Brasil (Cf. CASTELLI, 2002; CHON, 2003; DIAS, 2002), as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, no século XVIII, surgiram como marcos inicial da hotelaria. Nesse período, as casas de hospedagem começaram a aparecer no Rio de Janeiro no modelo de estalagens, ou casas de pasto, que ofereciam alojamento aos interessados. Estes são considerados “embriões” de futuros hotéis.

Elenara Viera e Índio Cândido (2003, p. 38) nos afirmam que

houve uma época em que a hotelaria brasileira, tanto no Rio de Janeiro como em algumas cidades do Estado de São Paulo, e mesmo em Minas Gerais, tiveram um desenvolvimento maior do que o normal: foi quando os jogos de cassino viveram o apogeu, e muitos hotéis eram construídos apenas para serem sedes de cassinos, principalmente os hotéis-cassino localizados nas estâncias hidrominerais e em Petrópolis.

A chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro (1808) e a abertura dos portos também foram marcos do princípio da hotelaria na cidade. Na época, muitos estrangeiros passaram a transitar pelo Rio de Janeiro, criando, assim, a necessidade de

meios de hospedagem mais preparados e com maior capacidade.

Já na capital paulista, somente a partir de 1870 é que alguns meios de hospedagem passaram a merecer destaque, como: Hotel Paulistano, Hotel do Comércio, Hotel Universal, Hotel Providência, Hotel Quatro Estações entre outros (Cf. CASTELLI, 2002; CHON, 2003; DIAS, 2002).

Inicialmente, no Brasil, a indústria hoteleira era formada por hotéis de pequeno e médio porte, frequentemente de propriedade familiar. Em São Paulo, é válido destacar que, o grande impulso para a hotelaria veio com a construção da estrada São Paulo Railway e a construção dos Hotéis Términus e Esplanada. Depois disso, a partir dos anos 60, em algumas cidades, o desenvolvimento da infraestrutura (estradas interestaduais e aeroportos), a implantação da indústria automobilística e a introdução de aviões de grande porte são apontados como os principais responsáveis pelo incremento de viagens de negócios e lazer.

A mudança da capital para Brasília representou novo estímulo às viagens e à variação de negócios e serviços de hospedagem que estavam, até então, concentrados na velha capital (Rio de Janeiro), que já dispunha de um parque hoteleiro com dimensões razoáveis. O desenvolvimento do turismo no Brasil começa, pois, depois dos anos 70. Antes disso, o único polo turístico brasileiro conhecido no exterior era o Rio de Janeiro. Diversos novos polos foram criados, como Serra Gaúcha, São Paulo (negócios e convenções), praias de Santa Catarina e do Nordeste.

O cenário da hotelaria brasileira passa a mostrar importância desse setor para a economia nacional, com empreendimentos que vão desde a administração familiar até os mais modernos sistemas de gestão. No entanto, Marcelo Boeger (2008, p. 25) diz que “é imprescindível entender que hotelaria não é sinônimo de luxo, mas de conforto e qualidade, acima de tudo”. A hospitalidade é base para este encontro com o outro.

Como podemos perceber a evolução da hotelaria no Brasil e no mundo, o mercado hoteleiro vem ganhando destaque, pois, cada vez mais as pessoas procuram o lazer, através das viagens, passeios, serviços de alimentação, entre outros. E ainda mais: também se expandiu a infraestrutura dos meios de transportes, a indústria hoteleira, as agências de viagens, as companhias aéreas e as empresas de diversão e lazer.

Portanto, nesse sentido, a hotelaria apresenta-se como uma atividade dinâmica e que acompanha os avanços tecnológicos, bem às necessidades do mercado (CORREIA, 2008). E para isso permanecer, alguns consumidores precisam de meios de hospedagem de qualidade, de locais para informação, acolhimento e alimentação.

Quanto a isso, Célia Dias (2002, p. 103) acrescenta:

no século XX, entre as guerras, os fluxos de viajantes se alteraram; ao turismo mais sedentário, residencial, sucede o itinerante. Surgiu uma nova classe de clientes: apressados, exigentes, modernos. Para os seus deslocamentos, utilizavam basicamente o avião e, para atender às suas necessidades de alojamento, desenvolveu-se uma nova forma de hotelaria: o hotel de rede ou cadeia hoteleira.

Na atualidade, a abertura de redes hoteleiras no país teve o efeito imediato de elevar a concorrência e a qualidade dos serviços de hospedagem oferecidos no mercado brasileiro, buscando melhorar a profissionalização dos responsáveis pela área. Conseqüentemente, a hotelaria nacional cresce a cada dia mais e gera emprego para muitas pessoas. Os hotéis estão sendo construídos cada vez mais com a finalidade de comodidade, conforto e satisfação para o hóspede.

2.5. Hotelaria Maranhense: abordagem histórica

Documentos históricos apontam que a hotelaria no Maranhão surge da mesma forma que os modelos comuns de hospedagem no Brasil no séc. XVIII. São elas: as casas de hospedagem que surgiram como suporte de abrigo para viajantes e andarilhos. Essas casas ao longo do tempo dão origem às primeiras pousadas e aos primeiros hotéis. Não obstante, as cidades do interior do Estado que já possuíam ligação com a capital foram aparecer as primeiras pousadas na primeira metade do séc. XIX (RIBEIRO, 2017).

Por muitos anos, atendendo basicamente aos viajantes comerciais funcionavam em São Luís, dois hotéis: o *Hotel Central* e o *Maranhão Hotel*.

O *Hotel Central* foi dirigido por muitos anos pelo francês Alfredo Champoudry. O empreendimento foi um marco do setor hoteleiro no Maranhão, o prestígio da cozinha e

da adega eram famosos na região. Após a morte do seu diretor, o hotel foi modernizado e incorporado junto ao Palácio do Comércio. Este último, localizado à Rua de Nazaré, era dotado de um bar/restaurante, possuindo ainda um salão de banquetes, com lugar para orquestra.

Em 1943, a Associação Comercial construiu o *Novo Hotel Central*, tendo o *Maranhão Hotel* sido fechado. O mercado não comportava dois estabelecimentos hoteleiros. O *Novo Hotel Central* possuía 145 acomodações e estava localizado à Avenida Pedro II. Dispunha de elevadores (uma inovação para a época), copa/cozinha, bar, dois grandes e frequentados salões: sendo um para jogos e outro para as refeições. Em 1973, aparelhos de ar-condicionado e telefones foram instalados em alguns apartamentos.

Nas décadas de 60 e 70 o desenvolvimento da hotelaria em São Luís é marcado pelo aparecimento de alguns hotéis que incorporaram elementos inovadores capazes de alavancar o desenvolvimento da hotelaria no estado do Maranhão, que até então era voltada para a hospedagem de comerciantes viajantes e aos poucos foi se adaptando ao turismo de lazer. Em 1962, Antônio de Oliveira Maia adquire um antigo sobrado, o adapta e instala o *Lord Hotel* em homenagem ao aniversário de 350 anos da cidade de São Luís. Outros foram surgindo, como o *Hotel Serra Negra*, inaugurado em 1963, na Rua de Nazaré, número 28, onde funcionava como hotel, bar e restaurante Serra Negra; porém, tendo fim no início da década de 70, ocasionado por um incêndio no sobrado que funcionava.

Em fins da década de sessenta, Moacir Neves, um homem de limitada instrução, que se constituiu em um grande hoteleiro que, inaugura na então badalada praia do Olho D'água, o primeiro hotel do Maranhão com boate e piscina: o *Olho D'água Palace Hotel*.

E em 1975, mais um empreendimento do famoso Moacir Neves, construiu o *Grande Hotel São Francisco*, localizado no bairro do São Francisco. Na mesma época foram instalados na cidade dois hotéis de rede, um do grupo Vila Rica, situado na Praça Pedro II, no Centro Histórico, e outro do grupo Quatro Rodas, situado na Praia do Calhau e, sendo até então, os melhores e maiores meios de hospedagem da capital maranhense.

Notamos que todos estes estabelecimentos são os responsáveis pelo pontapé inicial da Hotelaria na cidade, fazendo surgir posteriormente novas casas de hospedagem (CORREIA, 2008). Ideia esta que se completa com a de Marcelo Saldanha (1996), quando diz que “a Hotelaria no Maranhão e mais especificamente na capital, São Luís, caminhou a passos tímidos, porém neste caminhar os hotéis assumem importância decisiva”.

A contribuição dos meios de hospedagem, mais especificamente na área urbana da cidade de São Luís, é responsável pela geração de empregos diretos e indiretos proporcionados pela atividade. Consequentemente, no intuito de desvendar a outra face do turismo, com relação a esses aspectos, é importante colocar o exemplo, que a cidade se destaca por possuir diversos atrativos para uma cidade acolhedora. Logo, é uma cidade privilegiada na sua situação geográfica por situar-se numa ilha.

E no que diz respeito à cidade de São Luís, vemos que ela é bastante peculiar no comportamento de seu povo, que ao mesmo tempo é hospedeiro, na musicalidade de sua gente, atrelada à força de suas raízes, e também na sua identidade física, uma história e arquitetura secular, a qual apresenta uma riqueza e diversidade de manifestações populares e festas que lhe reservam lugar de destaque no cenário cultural do Brasil e no mundo.

No entanto, a produção cultural também é influenciada, à medida que aumenta o interesse dos visitantes em conhecer as manifestações populares da cidade. As festividades do período junino são um perfeito exemplo de atrativo cultural na cidade de São Luís (RIBEIRO, 2017). Diante disso, uma herança cultural transmitida de geração a geração que vem legitimar a identidade do povo ludovicense como forma diferente de expressar o seu viver.

A hotelaria em São Luís nos dias de hoje, é a realidade no atendimento acolhedor e na variedade nos serviços oferecidos aos hóspedes dos bons hotéis. No entanto, os grandes empreendimentos da capital maranhense têm se especializado constantemente, com isso, os colaboradores são treinados e qualificados com base em modernas técnicas para o atendimento personalizado de acordo com o mercado hoteleiro.

3. FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL DE HOTELARIA

Neste capítulo abordam-se os aspectos da formação acadêmica do profissional de hotelaria, e os principais reflexos do crescimento da atividade hoteleira.

Começamos por apresentar que no Brasil tem constatado, nos últimos anos, rápido crescimento dos seus cursos de Turismo e de Hotelaria – reconhecendo a importância da extensão e da pesquisa para a formação acadêmica e profissional dos seus discentes. O setor turístico e hoteleiro, cada vez mais exigente na qualidade dos serviços, é que motiva a demanda por profissionais e a expansão do mercado de trabalho. Técnicos e bacharéis possuem um grande campo de atuação em agências de viagens, operadoras, hotéis, empresas de consultoria, empresas de eventos, clubes, parques, bares, restaurantes, e órgãos públicos.

É como Luiz Camargo (2002, p. 1) enfatiza:

pouco a pouco, dentro do turismo, um segmento passou a ganhar visibilidade e luz própria, pressionando no sentido de um desdobramento dos estudos na área: a indústria hoteleira. Esse desdobramento, de início restrito aos cursos técnicos, em seguida avançou no ensino superior, sob a forma de uma habilitação – Hotelaria (no caso dos cursos de Turismo) e Administração Hoteleira (no caso dos cursos de Administração). Daí a divisão efetiva em duas áreas foi um passo. Os cursos de Turismo mal tinham atingido sua maioria e já surgia o curso de bacharelado em Hotelaria.

O desenvolvimento da atividade turística e, por consequência, da atividade hoteleira, levou a um aumento na oferta de cursos superiores nessas duas áreas em vários estados brasileiros. Esse aumento, provavelmente, deu-se em grande parte às necessidades locais onde nasceram os cursos, ou ainda de uma análise das tendências futuras do mercado de trabalho. Sobre isso, Lúcio Grinover (2002, p. 27) destaca: “para uma melhor compreensão do fenômeno, atos relacionados com a hospitalidade devem ser considerados, nesse âmbito, como consolidação de estruturas de relações ou como relações transformadoras”.

Com isso, a atividade hoteleira ao longo dos anos passou por vários momentos e processos decisivos na sua estruturação e no seu desenvolvimento. No entanto, a atividade hoteleira foi se reestruturando e sendo abordada por aspectos que se inserem no ambiente contemporâneo. Uma dessas reestruturações está relacionada com a

oferta da formação educacional hoteleira, pois, se observa o crescimento da educação enfatizando o grande número de instituições públicas e privadas que atualmente dispõem de cursos diversos em turismo e hotelaria.

Dito isso, Reinaldo Dias (2006, p. 36) faz necessário, portanto,

desenvolver novas competências no trabalhador, já não bastando apenas o conhecimento técnico. Assim, os novos modelos de gestão, com seus pressupostos de qualidade, cooperação, participação, autonomia, iniciativa, responsabilidade e desenvolvimento de competências, têm também significativos efeitos sobre a necessidade e a qualidade da formação do trabalhador.

Apesar disso e da crescente necessidade de mão de obra qualificada no setor para impulsionar o desenvolvimento do turismo, não há garantias de que o curso superior seja suficiente para formar os alunos que atuarão no mercado de trabalho. Porém, não é difícil chegar à conclusão de que a educação na área de hotelaria começa da necessidade de treinar pessoas para o trabalho, capacitando os aprendizes nas funções que lhes seriam adequadas.

Para Farah Serra (2005, p. 63), um grande problema é que

o mercado já estimula essas pessoas, e não são os cursos de Hotelaria e/ou Turismo, que vão buscar candidatos treinados dentro das especificações que o hotel ou a agência deseja. Cabe ao setor de Recursos Humanos conscientizar os profissionais dos padrões delineados pela direção do hotel, através dos treinamentos introdutórios.

E o indivíduo que escolhe a prestação de serviços como carreira, ou área de atuação, deve trazer em si a disponibilidade de ser hospitaleiro. Qualquer pessoa pode realizar um ato de recepção e acolhimento, pois estes fazem parte da vida em sociedade. Porém, a forma como será executado estará ligado aos seus padrões culturais e pessoais.

Um princípio básico para a satisfação e o sucesso do profissional de hotelaria é que ele deve gostar da arte de servir. Servir, aqui, não no sentido de submissão e, sim, no significado de doação. A pessoa que possui a alma do servir trata com afeto a todos, independentemente de seus problemas pessoais, financeiros ou profissionais. Tem que está sempre disposto a ajudar e atender todos, visando à satisfação plena de seus hóspedes.

Segundo Luiz Camargo (2002, p. 9),

o profissional da hospitalidade não é apenas o do hotel e do restaurante, mas também o que atua em todo o sistema receptivo turístico de uma cidade e o que atua em órgãos e empresas que de alguma forma acolhem os habitantes da própria cidade.

Agir com educação, ética, autocontrole e cortesia também é importante; afinal, por se tratar de relações humanas, às vezes o profissional se vê em situações constrangedoras ou importunas, que devem ser contornadas com educação, simpatia e astúcia. Pois, vejamos algumas características dos profissionais de hotelaria: gostar de servir; disponibilidade; preocupação com a higiene pessoal; educação/cortesia; ética; dedicação; saber respeitar diferenças (racial, religiosa e cultural); aprender/ter idiomas (principalmente inglês e espanhol); formação profissional; aperfeiçoamento/atualização empreendedorismo.

No entanto, não bastam todas essas características já citadas. O treinamento e a formação profissional são as primeiras qualidades requeridas ao candidato que busca uma vaga no setor. Dedicação e aperfeiçoamento em sua área específica serão as buscas e práticas cotidianas, pois o mercado de trabalho está cada vez mais exigente e a concorrência ainda mais acirrada faz da atualização um sinônimo de empregabilidade. É como diz Kye Chon (2003, p. 23): “um profissional de hospitalidade bem sucedido, centrado na carreira, nunca para de aprender. Nesse negócio em constante processo de mudança, dedicar-se ao aprendizado constante é uma obrigação”.

A hotelaria, mesmo sendo parte da economia privada, também necessita de um olhar social. Dessa forma, a visão empresarial associada à preocupação social (com a comunidade e o ambiente onde está inserida) é um diferencial para o profissional atuante.

No cotidiano hoteleiro, o colaborador tem a oportunidade de conhecer e de se relacionar com várias culturas, de regionais a continentais, o que requer sensibilidade para perceber e respeitar diferenças importantes nos hábitos e costumes. E ainda, mas não menos importante: os idiomas. Dominar é, sem dúvida, vital. Noções de línguas estrangeiras são exigidas, mesmo em cargos mais simples. E pense: a soma dessas

características e o comportamento no dia a dia vão mostrar ao público interno e externo a visão e a postura profissional desse colaborador.

O funcionário é o representante de todo o empreendimento na linha de frente e suas ações dependem do sucesso da empresa. Farah Serra (2005, p. 64) esclarece que

as empresas prestadoras de serviços precisam se conscientizar da necessidade de mudar algumas posturas, para contribuir para satisfação das pessoas, sejam elas clientes, empregados, sócios e acionistas, e implantá-las de modo efetivo, para, assim, ficar dentro do mercado.

Para que esta hospitalidade ocorra, os profissionais da hotelaria administram e operacionalizam as empresas hoteleiras, dividindo-se pelos setores que oferecem produtos e serviços não somente às pessoas hospedadas.

Cabe aqui lembrar a importância do equilíbrio entre os aspectos da hospitalidade estudados no capítulo anterior, deste trabalho, pois de nada adianta ter a perfeição em aspectos estruturais se o quadro de profissionais deixarem a desejar, em números e em qualificação. Em números fala-se na quantidade de pessoas escaladas para os mais diversos serviços prestados. Em qualidade, fala-se na qualificação destes, bem como as ferramentas que necessitam para a perfeita execução de suas funções.

Entretanto, é de suma importância lembrar que podemos observar que alguns autores pesquisados, referem-se à importância de todos os profissionais atuantes do trade turístico, mas o foco deste trabalho refere-se nos profissionais de hotelaria como elementos importantes para a prática da hospitalidade. No entanto, alguns autores abordam o tema focando a importância da formação específica para o atendimento em hotelaria, bem como alguns aspectos de personalidade, caráter, disponibilidade para servir, necessários a quem se propõe a executar atividades profissionais nesta área.

A partir destas contribuições, é possível compreender que de nada adiantaria ter a formação específica, agregada, inclusive, a cursos complementares dentro de cada área de atuação, se o colaborador não tiver características pessoais que o levem a envolver-se com a prestação de serviços e o atendimento ao público, aqui, no caso, aos hóspedes.

3.1. Apresentação Pessoal e Postura Profissional

A hotelaria é um segmento de prestação de serviços e seu grande desafio, atualmente, é oferecer, aos seus clientes, qualidade e excelência em todos os serviços prestados. Geraldo Castelli (2006, p. 468) expõe: “cabe, contudo enfatizar algumas atitudes ou comportamentos que o profissional necessita praticar em seu ambiente de trabalho, para projetar, permanentemente, uma imagem positiva de si mesmo e da empresa para a qual trabalha”.

Foi-se o tempo em que o objetivo da hotelaria era simplesmente atender ao cliente. Nos dias de hoje, precisamos não só suprir as necessidades do hóspede como superar suas expectativas e, principalmente, encantá-lo. O encantamento se dá por meio de um somatório de detalhes que estão presentes nas mais diversas situações, gestos, atenção, palavras e cuidados, que o quadro de colaboradores da hotelaria tem a importante e difícil missão proporcionar ao hóspede, excelência no serviço oferecido.

O colaborador (receptionista) é o elemento chave entre hóspede e hotel. Suas atitudes poderão contribuir para uma imagem positiva da empresa ou poderão enfraquecer as possibilidades de um resultado satisfatório. O sucesso da empresa está ligado a sua vida pessoal e sucesso profissional. Com isso, Luís Di Muro Pérez (2001, p. 23) ressalta que “o número de funcionários de recepção depende, em geral, do tamanho, tipo, categoria e forma de organização do estabelecimento”.

Isso acontece porque a hotelaria lida com os mais diversos tipos de pessoas, de várias nacionalidades, com costumes e princípios diferentes dos nossos. Sendo assim, nossa aparência deve ser a mais formal possível, mantendo sempre muita discrição nas atitudes.

A higiene também precisa ser fator de preocupação do profissional hoteleiro. Boa apresentação pessoal é essencial: mãos e unhas limpas, higiene bucal, banhos diários, barba feita, cabelos cortados, perfumes e maquiagem discretos (no caso das mulheres) refletem uma imagem positiva.

A imagem de uma pessoa é o seu principal cartão de visita. No caso da área de hotelaria, passa ao cliente maior credibilidade. Desta forma, o bom profissional deve sempre zelar por uma aparência pessoal impecável! Sua imagem retrata muito do que

você é, atrai o cliente e completa o sucesso no atendimento prestado. Contudo, a higiene é fundamental para o bem-estar pessoal e coletivo.

A receptividade, sorriso, olhar atento, dentre os recepcionistas, mensageiros, garçons, que são pessoas responsáveis por acolher os clientes na chegada ao hotel e/ou ao restaurante são os principais colaboradores que estabelecem contato com todos os clientes, por várias vezes: na chegada, no decorrer na hospedagem e na partida. Sua apresentação pessoal é muito importante para a marca que você representa, e deve estar de acordo com sua função.

Em vista disso, Geraldo Castelli (2002, p. 59) ressalta:

é preciso que o hotel disponha, em seus quadros, de funcionários que tenham, simultaneamente, conhecimentos, habilidades e atitudes pertinentes e estejam suficientemente motivados para realizarem o seu trabalho. Até porque um funcionário pode saber fazer um determinado serviço, mas, se não possuir atitudes adequadas ou não tiver vontade para fazê-lo, põe tudo a perder. É preciso que ele também queira fazer o trabalho bem-feito. Inclusive com cortesia, educação, empatia e emoção, ingredientes essenciais das prestações hoteleiras. Isto, só pessoas podem fazer.

Hoje em dia, o profissional no mundo corporativo, tem muito a oferecer: sua experiência, seu aperfeiçoamento e seu conhecimento. Entretanto, buscar desenvolver habilidades e competências pode determinar o seu desenvolvimento profissional. Devem ter habilidades para relacionamento e atendimento ao cliente, boa aparência, discrição, além de serem prestativos, versáteis, criativos, estarem sempre atualizados e, também, dominarem um segundo idioma. Porém, a prática das boas maneiras, tanto na vida pessoal como profissional, representa uma grande vantagem para o sucesso.

3.2. Qualidade em serviços hoteleiros

Exceder as expectativas dos hóspedes e dos clientes potenciais, em relação à qualidade em serviços e produtos hoteleiros, é a meta de muitos hotéis. O serviço diferenciado oferecido pelos hotéis tem se constituído em fator importante no enfrentamento da concorrência e na disputa pela preferência de hóspedes.

Elizabeth Telfer (2004, p. 63) coloca que, “deve-se reconhecer que os hóspedes

estão pagando por aquilo que obtém; mas, se for lembrado que pode haver motivos recíprocos em relação à hospitalidade, esse tipo de comportamento hospitaleiro poderá ser visto como uma extensão dessa ideia”.

Indicativos atuais mostram que os hóspedes tem se transformado em críticos severos quando suas expectativas em relação a uma empresa hoteleira não correspondem aos seus anseios. Quando os serviços oferecidos pelo hotel ficam abaixo da expectativa, raramente os hóspedes reclamam, e a grande maioria deixa de frequentar hotéis.

Em hotelaria, a avaliação dos serviços geralmente é feita pela frequência de hospedagem que passa a referenciar e a servir de termo de comparação. A decisão do hóspede de retornar, só se dará quando as expectativas forem plenamente atendidas. Elenara Viera (2004, p. 82) destaca que

tais serviços hoteleiros, independentemente de sua área ou setor, devem almejar sempre estar em um patamar acima de onde estão. Uma das formas de manter a qualidade dos serviços hoteleiros é manter a equipe interna de colaboradores, fornecendo qualidade ao treinar, motivar e manter um permanente trabalho de informação.

A qualidade pode ser vista também nas pequenas coisas, na simples atitude de um colaborador em resolver o problema de um hóspede, por exemplo, dando importância à situação como se fosse seu problema em questão. Sobre isso, Renato Ricci (2002, p. 68) afirma com muita segurança que “a definição tradicional do conceito de qualidade, em hotelaria, vale muito pouco. A magia do serviço hoteleiro, aliada ao estado de espírito do cliente, somada aos serviços prestados, as instalações, etc., faz com que seja definida a qualidade do hotel”.

Os principais fatores que identificam a qualidade do “bem atender” nos serviços hoteleiros são: competência, confiabilidade, e rapidez na resposta. Pois, cativar um hóspede tem sido um desafio que muitos hotéis não estão conseguindo vencer. Por isso, é necessário prestar um atendimento diferenciado, com qualidade, satisfazendo totalmente as necessidades de hóspedes e de clientes do seu estabelecimento.

Diante disso, faz-se necessário um treinamento do elemento humano, pois, é parte da arte do bem servir e receber, tornando-se, assim, peça fundamental, e considerando que o tratamento recebido pelo hóspede é, em grande parte o gerador de

uma imagem positiva ou negativa da cidade, da região ou do país.

Farah Serra (2005, p. 61) ressalta, nessa discussão, que “pessoas com qualidade pessoal elevada são um importante ativo para empresa, pois a excelência de bens e serviços depende da qualidade dos processos, e estes da qualidade das pessoas que os executam”. A qualidade dos serviços prestados não se resume em apenas dominar as técnicas de atendimento com qualidade, mas principalmente deve ser uma prática constante e todos os colaboradores devem estar capacitados, conseqüentemente, estarão mais efetivamente satisfazendo sua clientela com a excelência dos serviços prestados.

Dessa forma, todo o processo de acolhida do cliente (hospitalidade) e, por consequência, a rentabilidade da empresa, depende muito do elemento humano. Pois, a qualidade no atendimento faz a diferença e pode manter o hotel no topo da preferência ou a causa da queda. No mundo atual, as mudanças já se fazem sentir. Há, cada vez mais, uma busca por diversão e entretenimento. Mais e mais se paga para realizar experiências de vida e tudo se torna serviços a serem oferecidos.

3.3. Hospitalidade Hoteleira

A hospitalidade hoteleira surge na Idade Moderna, quando a ideia da hospitalidade abrange seu campo de atuação, devido a mudanças no contexto socioeconômico, e passa a ser praticada também no contexto comercial, inserida na realidade dos hotéis.

Considerando todos os envolvidos na hospitalidade de uma cidade, no que diz respeito ao setor hoteleiro, por exemplo, de nada adianta possuir um excelente espaço físico, com belíssimas instalações e decoração impecável, se o turista não sentir o outro lado disposto a servir.

Diante disso, Elizabeth Telfer (2004, p. 56) ressalta:

se proporcionar hospitalidade aos hóspedes for tornar-se responsável por sua felicidade enquanto eles estiverem debaixo do seu teto, um bom hospedeiro será alguém que deixará seus hóspedes felizes – ou tão felizes quantos seus esforços e ajudas forem capazes – enquanto estiverem sob sua atenção.

Quando fazemos parte de uma empresa nossa produtividade e relacionamento com esta organização, apenas fazem sentido quando encontramos o aconchego que somente uma empresa hospitaleira é capaz de nos dar. É quando começamos a falar das pequenas gentilezas que fazem parte de nosso dia a dia. Essas hospitalidades que estamos nos referindo não são grandes condutas, são pequenos detalhes no tratamento dado às pessoas, no zelo pelo ambiente em que trabalhamos e recebemos clientes, na forma como nos dirigimos às pessoas, dentro da própria empresa, de maneira geral, e quem encontramos na rua.

Dito isso, Farah Serra (2005, p. 16) completa essa afirmativa, expondo que “o hotel tem como premissa fundamental e como um grande objetivo, enquanto empresa prestadora de serviços, proporcionar satisfação às pessoas”.

A indústria da hospitalidade deve adaptar-se sempre às necessidades para sua própria sobrevivência. Os hotéis devem oferecer aos hóspedes tudo o que precisam para sua estadia, o que não nos possibilita uma classificação ordenada dos tipos de hotelaria existentes. A hotelaria faz parte do setor de prestação de serviços e, assim, caracteriza-se como um produto intangível (que não se pode tocar provar). Desta forma, a confiança no serviço é a maior garantia do consumidor.

Deste modo, ser hospitaleiro é atender com educação, recepcionar e acolher o indivíduo. Por esse motivo, as expectativas sobre os visitantes são talvez mais precisas do que aquelas sobre o anfitrião. Também é importante saber que os bons modos são diferentes conforme a cultura do lugar e, portanto, corremos o risco de ofender ou desagradar alguém sem intenção.

Na época atual o negócio hoteleiro acompanha as características culturais das diversas regiões do mundo. Quando analisamos o setor de hotelaria nas grandes cidades, podemos encontrar inúmeras ofertas de hotéis, atendendo as mais diversas características de hóspedes, desde os mais simples, que só mesmo servem às pessoas de baixa renda em trânsito pelo local, até os mais luxuosos, para atender grandes executivos em viagem de negócios, ou mesmo turistas mais abastados em busca de novos lugares para conhecer e desfrutar.

3.4. Onde e como praticar a hospitalidade

Compreendendo-se que a hospitalidade atravessa praticamente todos os momentos de interação humana, as boas maneiras são um modo fundamental de manter um relacionamento saudável e contínuo, considerando, a possibilidade de praticar a hospitalidade no dia a dia.

De forma geral, a hospitalidade pode ser praticada em todo lugar, pois, não existe um lugar único. Sendo em residências, restaurantes, hospitais, universidades, lojas, supermercados e etc. Sendo assim, procura-se mostrar a necessidade de criar e alimentar lugares de hospitalidade onde, surge a consciência de um destino comum e o sentido de responsabilidade que motiva sem a capacidade de sermos tocados, física e espiritualmente pelos acontecimentos que expõem a delicadeza do outro.

Luís Di Muro Pérez (2001, p. 30) ressalta:

com o hotel, se tem também a obrigação moral de empenhar-se para conseguir um espírito de trabalho em equipe, com todos os companheiros. Todas as pessoas esperam ser tratadas com educação e empatia, mesmo quando fora de sua cidade. Um atendimento bem realizado, uma informação dada com disposição e precisão, será tido pelos turistas como boa hospitalidade de seus habitantes.

Enfim, para ser educada não precisa necessariamente de algum lugar, mas sim é uma característica para toda vida. Essas pessoas passam a agir de forma hospitaleira, pois, maior é a possibilidade de receberem um tratamento recíproco.

Essa impressão é tão favorável que novos turistas podem vir a visitar a cidade devido à boa imagem propagada pelo visitante que foi bem atendido. Nenhuma cidade pode ser considerada hospitaleira se não for agradável para seus habitantes, e a ação dos envolvidos em todo trade turístico, dentre eles o comércio, pois, é fundamental para que essa afirmativa se concretize.

Saber como receber as pessoas é fundamental para a boa imagem tanto do anfitrião, quanto do local receptor. E quando tratamos de turismo, esse dom de hospitalidade torna-se indispensável, pois é por meio de uma boa recepção que o turismo continuará sendo proporcionado.

Dito isso, Isabel Baptista (2002, p. 156) explica: “a hospitalidade surge justificada como um dos traços fundamentais da subjetividade humana na medida em

que representa a disponibilidade da consciência para acolher a realidade do fora de si”.

No momento atual é relevante saber que nos próximos anos a população como um todo continuará a crescer, que os avanços tecnológicos serão cada vez maiores, as pessoas buscarão cada vez mais serviços e produtos de qualidade. Embora, as pessoas buscam obter a resolução de suas solicitações, mas às vezes, se deparam com serviços sem qualidade, realizados por pessoas despreparadas e desmotivadas. Sendo estas umas das causas do mau atendimento. No entanto, fazendo com que haja uma necessidade constante de aperfeiçoamento dos serviços prestados a demanda.

3.5. A natureza da hospitalidade humana

Embora o progresso tecnológico tenha trazido inovações e aperfeiçoamento a empresa hoteleira, o elemento humano continua a peça fundamental. É dele que depende todo o processo de acolhida do cliente e, portanto, a própria rentabilidade da empresa. Diante disso, Geraldo Castelli (2003, p. 36) nos ressalta que “consequentemente o elemento humano, base do seu esquema operacional, deve estar devidamente preparado para assumir integralmente a empresa”.

É importante ressaltar que a hospitalidade está ligada ao ser humano. Pode vir da origem, da herança cultural, do espírito. É fazer algo melhor para o outro. Não se treina se educa no sentido de uma compreensão mais humana sobre o tema. Daí a importância da valorização do ser humano no local de trabalho, pois ocasiona a motivação, que proporciona a felicidade. Como já dissemos no tópico sobre qualidade em serviços hoteleiros – é do tratamento que o hóspede recebe no hotel que depende, em grande parte a formação de uma imagem positiva ou negativa da cidade, da região ou do país.

Farah Serra (2005, p. 11) afirma que “a qualidade humana é crucial nas prestações hoteleiras. Produtos e serviços com qualidade superior só podem vir de funcionários com alto nível de qualificação, inseridos num excelente processo”. Consequentemente, por mais profissionais e mercantis que possam ser o diferencial humano sempre será uma característica essencial na troca entre os indivíduos; nos

encontros por ele proporcionados.

A explosão do turismo proporcionou uma expansão espetacular das empresas hoteleiras, exigindo do elemento humano uma formação especializada para todos os níveis de ocupação que compõem a estrutura organizacional do hotel. Até porque, neste ponto, é compreensível em se destacar que a hospitalidade envolve trocas, encontros, o ato do ir e do vir, de receber e dar, do dom e da dádiva entre seres humanos e não somente como meros atendentes e serviçais. É o respeito entre as pessoas como indivíduos.

Com base nisso, podemos afirmar que é de extrema valia o prazer de exercer, sim, o papel remunerado do ato de dar e receber, mas em que o entendimento da hospitalidade esteja ligado à felicidade dos seres.

Para Kye Chon (2003, p. 350),

o ramo da hospitalidade é um ramo de negócios voltado para as pessoas, e você perceberá que a maioria gostará de ajudar (se falar com pessoas não lhe parecer agradável, você deveria, em primeiro lugar repensar sua decisão de ingressar na indústria da hospitalidade).

A maior parte das pessoas gosta que lhe peçam conselhos e, se forem abordadas de uma maneira que indique que você está buscando informações, raramente recusarão ajuda. Além disso, as pessoas com quem você conversar provavelmente desejarão incluí-lo em sua própria rede de contatos, na esperança de que um dia você retribua o favor.

Nos dias atuais, não há dúvidas que o elemento humano seja imprescindível no ato de acolhimento e de hospitalidade em qualquer empresa ligada à prestação de serviços. Para isso, é de extrema importância valorizar e dar maior atenção ao lado humano da organização. Conseqüentemente, o fator humano e o marketing serão chaves para o sucesso na era contemporânea.

4. O PERCURSO METODOLÓGICO

A metodologia é aspecto importante na construção do trabalho científico, compreende-se que esta é o conjunto de procedimentos técnicos na realização da pesquisa, a sistematização dos dados e a forma de análise dos resultados.

Neste trabalho, sua metodologia, foi compreendida em duas fases. Na primeira, os métodos abrangem: levantamento bibliográfico, onde foram identificados autores reconhecidos, da qual delineamos o objeto a ser analisado. No entanto, ocorreu a revisão de literatura sobre a temática. A pesquisa bibliográfica foi realizada através de consulta a livros, monografias, revistas, artigos, sites, etc. E para o referencial teórico considerou autores reconhecidos na temática da hospitalidade, como por exemplo, Luiz Camargo, Geraldo Castelli, e Rita Cruz.

A pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Porém, esse tipo de pesquisa traz contribuição para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica. Entretanto, ressalta-se que o pesquisador realize um planejamento sistemático do processo de pesquisa, compreendendo desde a definição temática, passando pela construção lógica do trabalho até a decisão da sua forma de comunicação e divulgação.

A leitura da bibliografia deve ser um exercício de crítica, na qual são destacadas as categorias usadas pelos diferentes autores. E Mirian Goldenberg (2007, p. 79) completa: é “um exercício de compreensão fundamental para a definição da posição que o pesquisador irá adotar”.

A segunda fase compreende a pesquisa de campo como forma de documentação direta com a finalidade de conseguir mais informações sobre o assunto investigado, que por sua vez, é dividida em duas etapas: na primeira fez-se uma coleta de dados na qual se utilizou como instrumento a entrevista com perguntas abertas. Os dados foram coletados no período de novembro de 2017, pela autora deste trabalho, em formato de entrevista. Usando das palavras de Maria Minayo (2009, p. 22), a pesquisa que desenvolvemos neste estudo é de natureza qualitativa, cuja abordagem

“verifica uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números”.

Neste caso optamos pela pesquisa qualitativa descritiva, a fim de compreender melhor como é a relação dos aspectos da formação do profissional de hotelaria com a realidade do setor de hospedagem. Esta abordagem qualitativa faz emergir elementos que nos ajuda a captar a essência deste fenômeno e a dinâmica do seu acontecimento. No entanto, a pesquisa qualitativa parte de questões ou focos de interesses amplos, que vão se definindo à medida que o desenvolve. Esta envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender o universo da vida cotidiana segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo.

Dizemos ainda que, a pesquisa descritiva caracteriza-se por ser um método de investigação que descreve um fenômeno ou situação mediante um estudo realizado em determinado contexto espacial e temporal. Além disso, porque visa à compreensão ampla do fenômeno que está sendo estudado, considera que todos os dados da realidade são importantes e devem ser examinados. O ambiente e as pessoas nele inseridas devem ser observados como um todo.

E na segunda etapa, procedeu-se com a análise dos dados coletados com a entrevista, porém, enfatizando os participantes como tarefa relevante para o alcance dos objetivos da pesquisa e a interpretação dos resultados obtidos. Apenas como reforço, dizemos que a entrevista, como vemos em Regina Schluter (2003, p. 106), “pode ser definida como uma situação frente a frente em que uma pessoa, o *entrevistador*, faz perguntas à outra, o *entrevistado*, com o objetivo de obter respostas pertinentes ao tema estudado”.

A análise qualitativa se caracteriza por buscar uma apreensão de significados na fala dos sujeitos, interligada ao contexto em que eles se inserem e delimitada pela abordagem conceitual (teoria) do pesquisador, trazendo à tona, na redação, uma sistematização baseada na qualidade, mesmo porque um trabalho desta natureza não tem a pretensão de atingir o limiar da representatividade.

Regina Schluter (2003, p. 130) acrescenta: “podem-se apresentar os resultados tanto de forma escrita como oralmente, dependendo de quem vai receber a informação”. Porém, esta fase empírica da pesquisa de forma alguma está em última posição na metodologia, pois, não se caracteriza como último momento, pelo contrário, sempre haverá um diálogo entre o real e o pensado.

As entrevistas estão nos apêndices A e B desta pesquisa; onde a primeira foi aplicada à Gerente de Recursos Humanos (RH) do Hotel Abbeville, em São Luís. E a outra ao Recepcionista do mesmo Hotel. Ambas as pesquisas foram realizadas no mês de novembro de 2017.

4.1. Caracterização do Campo de Pesquisa

Em sua abordagem histórica do nome “Abbeville”, o Sr^o Claude D’ Abbeville foi um missionário capuchinho francês, com data de nascimento desconhecida. Teve este sobrenome por torna-se capuchinho em 1593 no Mosteiro de Abbeville, ao qual foi guardião entre os anos de 1606 e 1607. Compôs a missão da criação da colônia francesa no Maranhão, ao Norte do Brasil. Embarcou em 19 de Março de 1612 no Porto de Carcale (Inglaterra) e chegou ao destino em 26 de Julho, onde criaram a cidade Saint Louis, em cerimônia solene realizada em 8 de setembro daquele ano.

Permaneceu somente quatro meses, embarcou de volta para França em 07 de dezembro com o comandante François de Razilly e seis tupinambás. Destacou-se pelo relato etnográfico dos costumes indígenas, da fauna e da flora na publicação feita em Paris com o título “História da Missão Capuchinha no Maranhão e Terras Circunvizinhas”. Não retornou ao Maranhão, provavelmente, por causa do seu péssimo estado de saúde. Teria morrido em 1616 em Rouen, França.

Já o hotel, de mesmo nome, Abbeville, dispõe de 110 Apartamentos, 2 Suítes, Salas de reuniões, Salão Royal Bar, Restaurante Catirina, e ainda oferece garagem, sauna, piscina, sala de ginástica e business center. Está localizado na Av. Castelo Branco, nº 500, no bairro São Francisco, em São Luís – MA, em Brasil. O telefone é: (98) 3217-3000; o Fax: (98) 3235 6301; o e-mail: reservas@hotelabbeville.com.br; e o site é: www.hotelabbeville.com.br



Foto 1 – Fachada do Hotel Abbeville.

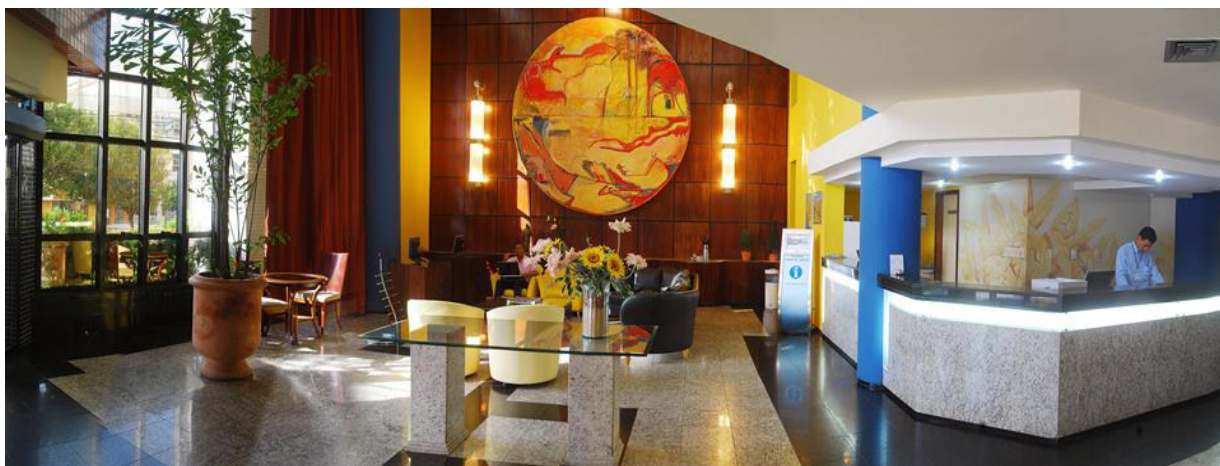


Foto 2 – Recepção do Hotel Abbeville.

4.2. Caracterização dos Sujeitos da Pesquisa

Cargo	Formação	Sexo	Tempo que trabalha no hotel
Gerente de RH	Administração	F	12 anos
Recepcionista	Turismo	M	4 anos

Quadro 1 – Os sujeitos têm características necessárias à pesquisa.

Percebe-se que dentre eles predominam profissionais do setor de Turismo/ Hotelaria e Administração. Na recepção são sempre dois colaboradores nos respectivos turnos (diurno e noturno), tanto feminino quanto masculino. E do tempo de trabalho no hotel, todos os recepcionistas já estão no setor há algum tempo.

4.3. Achados da Pesquisa com a Gerente de RH

Para a coleta de dados como já foi explicado aplicamos uma entrevista que era composta por cinco perguntas abertas (ver APÊNDICE A). Estas perguntas pretendiam extrair informações identificando por meio do depoimento aspectos da formação dos recepcionistas em um hotel de São Luís.

Nessa parte do trabalho serão apresentadas as falas do sujeito entrevistado.

Assim, iniciamos a entrevista com a participante da pesquisa, Sr^a Terezinha Correia, Gerente de RH do Hotel Abbeville, com o seguinte questionamento: perguntar sobre a sua formação e quanto tempo está na hotelaria. Como ela mesma descreve: “Minha formação é administradora, e atuo no mercado hoteleiro ludovicense há alguns anos. Hoje sou Gerente de RH aqui no Hotel Abbeville”.

O segundo questionamento foi sobre quantos recepcionistas haviam no hotel. Foi dito que havia “cinco recepcionistas como colaboradores no Hotel Abbeville.

O terceiro foi sobre quantos recepcionistas terem formação em nível superior; qual curso; e/ou formação continuada (cursos: técnico, profissionalizante, idioma, pós-graduação). Isso junto a querer saber sobre como ela descreveria a importância da formação do profissional de hotelaria. Em suas palavras:

Temos três recepcionistas com formação superior, dois em Turismo e um em Hotelaria. Todos eles possuem curso profissionalizante como recepcionista em meios de hospedagem e idiomas. Apenas um possui pós-graduação. E um cursa atualmente uma pós-graduação. A importância da qualificação do hoteleiro para o setor é primordial com os clientes, o conhecimento técnico adquirido na universidade com certeza será seu diferencial no mercado de trabalho. Um bom gestor um bom profissional, pois, a qualificação tem que ser contínua.

O quarto questionamento foi saber sobre os critérios para contratação dos recepcionistas. A gerente então colocou:

Bom, nós do mercado hoteleiro, fazemos o recrutamento e seleção de pessoas com alguns requisitos: capacitadas com habilidades em suas características pessoais, comunicativa, dinâmica, com espírito de servir, pessoas com nível cultural que goste de estarem atualizadas com os acontecimentos do mundo e de sua cidade, pessoas que gostem de gente, que gostem de trabalhar em equipe, comprometidas a trabalhar com a hospitalidade, pessoas que saibam se determinar em uma situação de conflito, que tenham bom humor, e simpatia. E é muito importante a formação acadêmica e em cursos específicos da área de hotelaria e turismo para que se conheça sua área atribuída a sua função. Têm que ter no mínimo escolaridade de ensino médio. A experiência profissional também é satisfatória para conhecimento de sua área; também o conhecimento em sistemas de informação, e em outro idioma.

Hoje em dia recebemos muitos hóspedes de outros países e é essencial para que o recepcionista tenha conhecimento de outro idioma, e às vezes ser fluente. Um profissional qualificado para hotelaria é necessário nos dias atuais. Um bom currículo com cursos, experiências, e checado é muito importante. Os recepcionistas precisam ser profissionais, pois, é com eles que os clientes terão o primeiro contato e que lhe passará todas as informações do hotel, pois, é um representante do seu hotel. O recepcionista deve ser um profissional dedicado.

O quinto e último questionamento foi sobre o hotel oferecer algum tipo de curso de qualificação/capacitação (atendimento) para os seus recepcionistas. E se a resposta fosse sim, saber qual a periodicidade da realização desta capacitação. A Sr^a Terezinha Correia respondeu:

Oferecemos de acordo com as necessidades do mercado hoteleiro com modernos trabalhos incorporando novos conhecimentos para o dia a dia para o seu ambiente de trabalho. De acordo com os métodos precisam ser capacitados para receber e servir aos hóspedes do hotel. A capacitação do profissional deve ser constante dentro e fora do ambiente de trabalho.

4.4. Achados da Pesquisa com um dos Recepcionistas

Para a coleta de dados como já foi explicado aplicamos uma entrevista que era composta por cinco perguntas abertas (ver APÊNDICE B). Estas perguntas pretendiam extrair informações identificando por meio do depoimento aspecto da formação dos recepcionistas em um hotel de São Luís.

Nessa parte do trabalho serão apresentadas as falas do sujeito entrevistado.

Assim, entrevistamos o outro participante da pesquisa, um Recepcionista do Hotel Abbeville, iniciando com o seguinte questionamento: perguntar se ele tinha alguma formação em nível superior. Caso a resposta fosse sim, dizer em qual curso. Saber também se possuía formação continuada (cursos: técnico, profissionalizante, idioma, pós-graduação). Caso a resposta fosse sim, responder como o curso ajudou na sua formação pessoal e profissional. Ele mesmo descreve:

Tenho formação superior em turismo, e possuo curso profissionalizante em recepcionista em meios de hospedagem pelo SENAC, faço curso de inglês, e tenho curso na área de informática. Os cursos ajudaram e muito na minha formação pessoal e profissional, me tornei uma pessoa disposta a ajudar as outras, no dia a dia me tornei mais comunicativo e acima de tudo prestativo.

O segundo questionamento foi sobre como ele descreveria a importância da formação do profissional de hotelaria. E foi dito:

É importante para o conhecimento do seu ambiente de trabalho como um todo, aprender a parte teórica e prática de um hotel com certeza o profissional é melhor qualificado. O sucesso desse profissional necessita de muito esforço e criatividade, pois, você tem que ter várias habilidades o que vai além de saber fazer diversas atividades. Não avaliar e solucionar problemas que o mercado hoteleiro necessita.

O terceiro foi saber sobre o hotel oferecer algum tipo de curso de qualificação/capacitação (atendimento) para os seus recepcionistas. Caso fizessem, qual era a periodicidade da realização desta capacitação. O recepcionista nos disse: “O hotel oferece desde a nossa contratação a qualidade do serviço, somos capacitados para um bom atendimento e o bem servir. Mas temos de acordo com a demanda e o público do hotel para adquirir modernos serviços a oferecer aos hóspedes”.

Como podemos perceber, diante das respostas apresentadas, tanto pela

Gerente de RH quanto pelo Recepcionista do Hotel Abbeville, a recepção é o setor de maior contato com o hóspede, desde sua chegada até a saída; é o centro de informações da empresa, onde são gerados todos os aspectos necessários para que o hóspede (a pessoa mais importante para o hotel) se sinta como em sua própria casa.

Di Muro Pérez (2001, p. 23) acorda que

a recepção de um hotel se encontra sempre no *lobby*, um lugar amplo, finamente decorado, que permite acesso a todos os serviços do estabelecimento: quartos, restaurantes, bares, lojas, etc. e que funciona, além disso, como sala de espera e de leitura. Em quase todos os casos, a recepção se localiza próximo à entrada do hotel, num lugar de onde se possam ver todos os acessos interiores e o exterior.

E é nesse lugar que o hóspede terá o maior contato dentro do hotel.

Os recepcionistas estão sempre dispostos a enfrentar determinadas situações, nas quais suas decisões são a chave para resolver de modo eficiente os problemas gerados. Todas as suas respectivas qualidades, unidas aos conhecimentos necessários para desempenhar essa profissão, sobretudo, levarão por caminhos de êxito o recepcionista e a empresa onde trabalha.

Viera e Cândido (2003, p. 119) acrescentam:

a recepção é o local de trabalho do recepcionista, e de tantos outros que eventualmente tem que circular por ela para executar suas atividades. Para muitos, ela é considerada o principal local de hospedagem; e onde as decisões importantes são tomadas.

O objetivo destas entrevistas foi, portanto, trazer a tona alguns aspectos da formação do profissional de hotelaria de São Luís. Desse modo, não deixa de contribuir para futuras pesquisas na intenção de mostrar que a educação na área de hotelaria começa com a crescente necessidade da mão de obra qualificada no setor, capacitando o colaborador nas funções que lhe seriam adequadas, e logo, que se o colaborador não tiver características humanizadas que o levem a envolver-se com a prestação de serviços de nada adianta o bom atendimento. Por isso, é relevante a importância em valorizar o lado humano da organização na hospitalidade das diversas formas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em consideração a constante necessidade de aperfeiçoamento dos serviços prestados aos hóspedes, volta-se principalmente para o planejamento da hospitalidade, para que esta se torne um diferencial e a viagem satisfaça-os plenamente. Consequentemente na sua satisfação voltada aos sentimentos e experiências desse hóspede.

O “ser bem recebido”, será possível apenas com serviços de boa qualidade, que se tornam um diferencial a partir do momento que forem oferecidos aos hóspedes não apenas em um ser humano para atendê-los na sua necessidade, mas em alguém preocupado com o seu bem estar. No entanto, as necessidades (exigências) das pessoas não são mais as mesmas, o que antes servia hoje não é mais tolerado. As pessoas têm exigências próprias, únicas, preferem dizer como gostariam de ser recebidos e servidos.

Diante do exposto ao longo deste trabalho, percebeu-se a importância de se investir em uma capacitação dos profissionais envolvidos com as atividades hoteleiras, voltadas para a cultura da hospitalidade, questão esta que interfere, de forma decisiva no sucesso do setor hoteleiro. O profissional de hotelaria, atua em diferentes funções dentro de sua atividade profissional, ao mesmo tempo em que deve estar antenado com diferentes ferramentas de trabalho que possam auxiliá-lo em seu dia a dia profissional. Por isso, os profissionais que trabalham na área precisam estar devidamente capacitados de forma a atender, satisfatoriamente, aos desejos dos hóspedes. Porém, o trabalho no setor hoteleiro oferece ao colaborador uma diversidade de situações, nas quais o indivíduo pode e deve agir, explorando sua formação e criatividade.

Analisando os dados da pesquisa de campo, os resultados revelam que os entrevistados sabem o significado da importância da formação profissional de hotelaria. Foi dito que o mercado hoje não exige apenas os melhores profissionais, mas aqueles que melhor preparados para enfrentar a rotina e as adversidades que surgem, fruto das modificações impostas pela clientela e público usuário dos serviços como um todo. Que também a atualização do profissional de hotelaria deve ser constante, portanto, sendo

compromisso da empresa (hotel) favorecer o enriquecimento intelectual de sua equipe.

A partir destas contribuições, a reflexão com o olhar de pesquisadora acerca deste tema sobre a formação do profissional atuante de hotelaria deve contemplar tanto as necessidades do mercado quanto dos próprios colaboradores da área, pois, o indivíduo deve conhecer o universo daquele com o qual está se comunicando. Portanto, podemos afirmar que há muito a fazer e melhorar no aspecto da hospitalidade hoteleira.

No entanto, nesta perspectiva, entende-se que a formação deve ser orientada para que o trabalhador desempenhe melhor suas atividades mesmo reconhecendo que a prática e a formação profissional são adaptadas conforme o reflexo da sociedade e, por isso, entende o ensino enquanto um processo de humanização, sendo que por meio dele o indivíduo tem a oportunidade de inserir-se na sociedade, a qual exige pessoas capazes de criar e de enfrentar os desafios dos diferentes contextos sociais. Desta forma, entende-se que a formação oferecida aos trabalhadores da área deve voltar-se às necessidades da função desempenhada pelos mesmos.

Quanto ao objetivo geral da pesquisa, que foi compreender os aspectos da formação do profissional em hotelaria, podemos dizer que, de certo modo, foi alcançado, embora não sendo a única e nem sendo também completa, já que essa formação é diferente em vista de cada pessoa. Fica visível, portanto, quando se percebe a importância dessa formação e a valorização da mesma. Entretanto, a hotelaria no cenário atual sofre um rápido crescimento, preocupando-se em atender as necessidades do momento sem comprometer as gerações futuras. Tal fato manifesta-se principalmente através da boa estrutura do destino receptor, do preparo dos profissionais de turismo e hotelaria, e de todos que fazem a hospitalidade.

No entanto, não pode ser encarado como um trabalho conclusivo, mas como uma organização de informações sobre a educação formal hoteleira, tornando-se um grande diferencial para aqueles que precisam e querem se destacar no mundo competitivo com o propósito de servir de subsídios para novas reflexões. Contudo, podemos afirmar que ao nos aprofundarmos no conhecimento, desenvolvemos um verdadeiro aprendizado, cujo registro nos enriqueceu e com o qual esperamos contribuir para ressaltar o que há de belo em servir, no setor hoteleiro.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Isabel. Lugares de hospitalidade. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

BOEGER, Marcelo Assad. **Gestão em hotelaria hospitalar**/ Marcelo Assad Boeger. – 3.ed.- São Paulo: Atlas, 2008.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima Camargo. – São Paulo: Aleph, 2004. – (**Coleção ABC do Turismo**)

_____. Luiz Octávio de Lima Camargo. Turismo, hotelaria e hospitalidade. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

CÂNDIDO, Índio. VIERA, Elenara Viera de. **Gestão de Hotéis: técnicas, operações e serviços**. EDUCS, Caxias do Sul, 2003 (Coleção Hotelaria).

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**/ Geraldo Castelli. 9.ed – Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

_____. **Excelência em hotelaria: uma abordagem prática**/ Geraldo Castelli. – Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2002.

_____. **Gestão hoteleira**/ Geraldo Castelli. – São Paulo: Saraiva, 2006.

CHON, K.S. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**/ Kye – Sung (Kaye), Raymond T. Sparrowe; tradução Ana Beatriz de Miranda e Silva Ferreira; revisão técnica Gleice Regina Guerra. -- São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CORREIA, Jonilson Costa. **O tecnólogo em hotelaria e o mercado de trabalho na cidade de São Luís**. Curso de Especialização em Metodologia do Ensino Superior. Universidade Federal do Maranhão – UFMA. São Luís, 2008. 51p.

COSTA, Cláudia Márcia Amorim. **Estudo sobre o ecoturismo como fator de desenvolvimento sustentável**. Monografia (Graduação) Curso de Turismo. Universidade Federal do Maranhão – UFMA. São Luís, 1995. 83p.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

DI MURO PÉREZ, Luís. **Manual prático de recepção hoteleira/** Luís Di Muro Pérez; [traduzido por Andréa Favano]. – São Paulo: Roca, 2001.

DIAS, Célia Maria de Moraes. O modelo de hospitalidade do Hotel Paris Ritz: um enfoque especial sobre a qualidade. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

DIAS, Reinaldo. Nelson A. Quadros Vieira Filho, organizadores. – Campinas, SP: Editora Alínea, 2006. **Hotelaria e turismo: elementos de gestão e competitividade**.

FILHO, Américo Pellegrinni. **Ecologia, Cultura e Turismo**. 5. ed. Campinas, São Paulo: Papirus Editora, 1993.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

GRINOVER, Lucio. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

LASHLEY Conrad; MARRISON, Alison (orgs.); Tradução de Carlos David Szlak. Barueri, SP: Manole, 2004. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**.

MACEDO, Talena Warná Mondego. **A Extensão Universitária e a busca pela Hospitalidade no Campus da UFMA**. Monografia (Graduação) Curso de Hotelaria. Universidade Federal do Maranhão – UFMA. São Luís, 2013. 85p.

MATHEUS, Zilda Maria. A ideia de uma cidade hospitaleira. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28. ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2009.

PAULA, Nilma Morcerf. Introdução ao conceito de hospitalidade em serviços de alimentação. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

RANDALL, Sandie. Os significados da hospitalidade na mídia. Os programas de culinária da TV apresentados por personalidades. In: Lashley Conrad; Marrison, Alison

(orgs.); Tradução de Carlos David Szlak. Barueri, SP: Manole, 2004. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado.**

RIBEIRO, Agrício Matheus Silva. **O mercado hoteleiro de São Luis: identidade e memória no contexto do desenvolvimento local.** Monografia (Graduação) Curso de Hotelaria. Universidade Federal do Maranhão – UFMA. São Luís, 2017. 43p.

RICCI, Renato, 1962 – **Hotel: Gestão competitiva no século XXI: ferramentas práticas de gerenciamento aplicadas a hotelaria/** Renato Ricc. – Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2002.

SALDANHA. Marcelo Aragão. **Recursos Humanos na Hotelaria: perfil dos profissionais em São Luís.** Monografia (Graduação) Curso de Turismo. Universidade Federal do Maranhão – UFMA. São Luís, 1996. 52p.

SERRA, Farah Azenha. **Fator humano da qualidade em empresas hoteleiras/** Farah Azenha Serra. – Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

SCHLUTER, Regina G. **Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria/** Regina G. Schluter; tradução Tereza Jardim. – São Paulo: Aleph, 2003. – (Série Turismo).

TELFER, Elizabeth. A filosofia da hospitalidade. In: Lashley Conrad; Marrison, Alison (orgs.); Tradução de Carlos David Szlak. Barueri, SP: Manole, 2004. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado.**

VIERA, Elenara Viera de. **Qualidade em serviços hoteleiros: a satisfação do cliente é função de todos/** Elenara Viera de Viera. – Caxias do Sul, RS: Educus: 2004. (Coleção Hotelaria).

WALKER, John. **Introdução a hospitalidade/** John R. Walker; [tradução, [Élcio de Gusmão Verçosa Filho]. – Barueri, SP: Manole, 2002.

WALTON, John K. O negócio da hospitalidade: uma história social. In: Lashley Conrad; Marrison, Alison (orgs.); Tradução de Carlos David Szlak. Barueri, SP: Manole, 2004. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado.**

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A GERENTE DE RH

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA
CURSO DE HOTELARIA

Objetivo: Identificar por meio do depoimento aspecto da formação dos recepcionistas em um hotel de São Luís.

Participante da pesquisa: Sr^a Terezinha Correia, Gerente de RH do Hotel Abbeville.

1. Qual é a sua formação?
2. Quantos recepcionistas há no hotel?
3. Quantos recepcionistas com formação em nível superior? Qual curso e/ou formação continuada (cursos: técnico, profissionalizante, idioma, pós graduação)? E como você descreve a importância da formação do profissional de hotelaria?
4. Quais os critérios para contratação dos recepcionistas?
5. O hotel oferece algum tipo de curso de qualificação e capacitação (atendimento) para os seus recepcionistas? Tendo, qual a periodicidade da realização desta capacitação?

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM UM RECEPCIONISTA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA
CURSO DE HOTELARIA

Objetivo: Identificar por meio do depoimento aspecto da formação dos recepcionistas em um hotel de São Luís.

Participante da pesquisa: Recepcionista do Hotel Abbeville.

1. Você possui formação em nível superior? Caso seja sim, qual o curso? Possui formação continuada (cursos: técnico, profissionalizante, pós-graduação, idioma)? Caso possui, como o curso ajudou na sua formação pessoal e profissional?
2. Como você descreve a importância da formação do profissional de hotelaria?
3. O hotel oferece algum tipo de curso de qualificação/capacitação (atendimento) para os seus recepcionistas? Tendo, qual a periodicidade da realização desta capacitação?

Braga, Pâmela Danielle Sousa

A formação em hotelaria e suas implicações no atendimento humanizado: em um hotel de São Luís / Pâmela Danielle Sousa Braga. – 2017.

56 f.

Orientador (a): Prof. Me. Jonilson Costa Correia.
Monografia (Graduação) – Curso de Hotelaria,
Universidade Federal do Maranhão, São Luís - MA, 2017.

1. Formação Profissional. 2. Hospitalidade. 3. Hotelaria.
 - I. Correia, Jonilson Costa. II. Título.