

UNIVERSIDADE SAGRADO CORAÇÃO

DÉLIA MONCHELATO IGLESIAS

**A HOSPITALIDADE NA GOVERNANÇA DE UM MEIO
DE HOSPEDAGEM: ESTUDO DE CASO HOTEL
HOWARD JOHNSON BAURU**

BAURU
2010

DÉLIA MONCHELATO IGLESIAS

**A HOSPITALIDADE NA GOVERNANÇA DE UM MEIO
DE HOSPEDAGEM: ESTUDO DE CASO HOTEL
HOWARD JOHNSON BAURU**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Turismo, sob a orientação do Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico.

BAURU
2010

I244h

Iglesias, Délia Monchelato

A hospitalidade na governança de um meio de hospedagem:
estudo de caso hotel Howard Johnson Bauru
/ Délia Monchelato Iglesias -- 2010.
45f. : Il.

Orientador: Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em
Turismo) - Universidade do Sagrado Coração - Bauru - SP.

1. Hospitalidade. 2. Hotelaria. 3. Governança. 4. Turismo.
I. Frederico, Paulo Renato de Paula. II. Título.

DÉLIA MONCHELATO IGLESIAS

**A HOSPITALIDADE NA GOVERNANÇA DE UM MEIO DE
HOSPEDAGEM: ESTUDO DE CASO HOTEL HOWARD JOHNSON
BAURU**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Turismo sob orientação do Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico.

Banca examinadora:

Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico
Universidade do Sagrado Coração

Prof. Ms. Valéria de Almeida Oliveira
Universidade do Sagrado Coração

Prof. Dr. Antônio Walter Ribeiro de Barros Júnior
Universidade do Sagrado Coração

Data:

Dedico este trabalho a todos que me ajudaram nessa jornada, vivenciando cada etapa comigo, me dando apoio nos momentos árdusos em busca da conclusão de mais essa etapa da vida.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Horácio e Beth, pelo apoio durante toda essa jornada, sempre me incentivando a fazer o meu melhor. Gostaria de agradecer principalmente ao meu pai, pela preocupação comigo e pelas revisões de literatura desse projeto.

Aos meus amigos e amigas, que são fundamentais na minha vida, sempre ao meu lado nos bons e maus momentos.

Ao meu namorado, Edson, pelo companheirismo e dedicação.

Ao meu gerente, Elton, que se mostrou, além de colega de trabalho, um amigo. Agradeço infinitamente todo seu incentivo, compreensão e ajuda.

A todos os professores do curso, que contribuíram para a minha formação educacional e pessoal, transmitindo todo seu conhecimento de maneira objetiva e prazerosa.

Em especial, ao Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico, pela paciência em me orientar nesse trabalho e por suas sábias palavras que certamente me farão lembrar dele sempre, como pessoa e como profissional.

À coordenadora do curso de Bacharelado em Turismo, Prof. Ms. Valéria de Almeida Oliveira, que foi como uma mãe para todos nós alunos, sempre alegre e divertida.

Ao Prof. Ms. Helerson Balderramas, que, apesar de não fazer mais parte da instituição, contribuiu significativamente no pré-desenvolvimento da minha pesquisa. E pela amizade que construí com ele.

À Patrícia, do Hotel Howard Johnson Bauru, que me ajudou a conseguir realizar o estudo de caso no hotel, me deu todas as informações que precisei e me acompanhou até as pessoas que precisava entrevistar.

A todos os entrevistados, homens de negócio, camareiras, supervisoras de andar e governanta do hotel, pela atenção e disponibilidade.

A todos que participaram, direta e indiretamente, no cumprimento de todas as etapas desse trabalho.

“Não negligencie a hospitalidade, pois alguns, praticando-a, sem saber acolheram anjos”.

Hebreus 13.2

RESUMO

Com a visível evolução da atividade turística e seus setores, a hospitalidade tornou-se foco de estudo dentro da ciência social do turismo. Considerando-se que o ato de bem receber é crucial no processo de fidelização de um cliente, os donos de estabelecimentos e seus funcionários passaram a se preocupar mais em serem hospitaleiros. Destaca-se a preocupação com esse tema dentro da hotelaria. Levantando as principais características desse assunto, esse trabalho usou como objeto de estudo o setor de governança do Hotel Howard Johnson Bauru. A pesquisa foi dividida em duas fases: exploratória e empírica qualitativa. Na primeira fase, foram feitos os levantamentos bibliográficos sobre hospitalidade, hotelaria e setor de governança. Já na segunda, foi realizada uma visita ao local, para observação em geral, para entrevistar os funcionários do setor objeto de estudo, bem como para levantar dados estatísticos com a representante. Fora do hotel, também foi aplicado um questionário a alguns homens de negócio, para aprimorar a verificação dos resultados. Com as informações coletadas, foi possível concluir que o hotel pode ser considerado hospitaleiro, de maneira geral e no setor estudado. Pôde-se comprovar inclusive que essa hospitalidade aumenta o percentual de retorno dos hóspedes ao meio de hospedagem.

Palavras-chaves: Hospitalidade. Hotelaria. Governança. Turismo.

ABSTRACT

With the clear evolution of the tourist activity and its sectors, the hospitality has become focus of study in the social science of tourism. Considering that the act of good receiving is crucial in the process of faithfulness of a client, the owners of the organizations and their employees have started to be more concerned about being hospitable. The concern about this topic is emphasized in the hotel business. Presenting the main characteristics of this topic, this task used as the aim of study the housekeeping sector of the Howard Johnson Bauru Hotel. The research has been divided into two parts: exploratory and qualitative empirical. In the first part, a bibliographical survey has been done about hospitality, hotel business and housekeeping sector. In the second one, a visit to the place has been done, for a general observation, to interview the employees of the studied sector, and to have statistic figures from the manager as well. Out of the hotel, a questionnaire has also been applied to some businessmen, to improve the check results. Based on the collected information, it was possible to say that the hotel can be considered hospitable as a whole and on the studied sector. It can even be proved that this hospitality raises the percentage of the guests returning to the hotel.

Word-keys: Hospitality. Hotel business. Housekeeping. Tourism.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – As dimensões da 16 hospitalidade.....	16
Figura 2 – Mapa organizacional do departamento de hospedagem.....	22
Figura 3 – Estrutura funcional da governança executiva.....	23
Figura 4 – Localização do hotel Howard Johnson Bauru.....	28
Figura 5 – Apartamento do hotel Howard Johnson Bauru.....	29
Figura 6 – Banheiro adaptado do hotel Howard Johnson Bauru.....	29
Figura 7 – Sala de eventos do hotel Howard Johnson Bauru.....	30
Figura 8 – Sala de ginástica do hotel Howard Johnson Bauru.....	30

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1 DESENVOLVIMENTO.....	13
1.1 HOSPITALIDADE.....	13
1.2 HOTELARIA.....	17
1.3 SETOR DE GOVERNANÇA.....	23
2 TURISMO E HOTELARIA EM BAURU E O HOTEL HOWARD JOHNSON.....	27
3 ANÁLISE DA HOSPITALIDADE NO HOTEL HOWARD JOHNSON BAURU.....	32
3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	32
3.2 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS SOBRE HOSPITALIDADE.....	34
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
REFERÊNCIAS.....	41
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA HOMENS DE NEGÓCIO.....	43
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA CAMAREIRAS.....	44
APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA SUPERVISORAS DE ANDAR E GOVERNANTA.....	45

INTRODUÇÃO

O turismo como ciência é recente, mas a atividade vem de séculos atrás e apresenta significativa importância no Brasil e no mundo, pois movimentando a economia dos países, ocasionando desenvolvimento não só econômico, mas também social e cultural.

Uma prova do turismo como área de forte interesse econômico é o fato de ele ser o setor que mais alimenta a economia de muitos países, como, por exemplo, a Espanha, que tem o turismo como atividade pioneira em geração de receita. E para países com oferta turística, ou seja, com atrativos que podem ser explorados, a tendência é isso acontecer mesmo e deveria ser mais bem aproveitado por eles.

Inclusive junto com essa atividade vários outros setores se movimentam, o de alimentos e bebidas, entretenimento, transporte, comércio e principalmente o de hotelaria.

Considera-se a hotelaria como o principal setor de apoio do turismo, pois é no meio de hospedagem que o visitante vai poder descansar e repor suas energias, como se estivesse em sua própria casa.

Um elemento essencial dentro do hotel é a hospitalidade por parte dos funcionários, que faz com que o hóspede se sinta confortável e satisfeito, com o ambiente estando um pouco mais próximo de seu lar. Acredita-se que por isso esse seja um tema profundamente estudado dentro da ciência social do turismo, principalmente no ramo hoteleiro.

Carência na hospitalidade em um hotel, por exemplo, pode trazer consequências sérias como até a perda de um hóspede definitivamente.

A preocupação dos administradores de empreendimentos hoteleiros com a hospitalidade se mostra mais voltada para o setor de recepção, o que não é um conceito equivocado, pois é na recepção que o hóspede tem o contato inicial e a primeira impressão do hotel. Por outro lado, os outros setores ficam excluídos de treinamento, com destaque para o setor de governança, e esse fator pode acarretar problemas.

A presente pesquisa tem como tema a carência da hospitalidade na hotelaria, voltada para a relação do setor de governança com o hóspede. O foco de estudo será o hotel Howard Johnson da cidade de Bauru/SP.

Objetiva-se com este trabalho analisar e demonstrar a prática da hospitalidade no setor de governança, principalmente entre as camareiras, e se essa hospitalidade tem impacto positivo em relação aos hóspedes desse meio de hospedagem.

1 DESENVOLVIMENTO

1.1 HOSPITALIDADE

Nos dias atuais, cada vez mais as pessoas se deparam com o stress das cidades e uma infinidade de problemas ocasionados pelo ritmo de trabalho e compromissos que norteiam o cotidiano. Em meio a esta correria, a necessidade de descanso e tranquilidade é fator dos mais importantes, fazendo do turismo a porta de entrada para a realização de tais necessidades.

De acordo com Walker (2002, p. 59),

se supusermos que mudar de ares, divertir-se, apreciar novas paisagens e viver novas experiências são necessidades humanas fundamentais, não poderia haver melhor meio para satisfazê-las do que tirar umas boas férias e sair em viagem. Com efeito, muitos psicoterapeutas postulam a diversão e a liberdade como necessidades básicas do ser humano. Se assim for, viajar por prazer traz enormes oportunidades para supri-las.

O turismo, em razão da demanda evidente, é uma forte atividade econômica que vem crescendo notoriamente, tanto no Brasil assim como em todo o mundo. É uma cadeia de fontes de renda que leva, conseqüentemente, o local onde o turismo é implantado ao desenvolvimento.

Tal desenvolvimento ocasionado pela atividade turística não é apenas econômico, mas também social. Com a implantação de pontos turísticos, o local obriga-se a se estruturar mais e adequadamente para receber os visitantes, e a população também participa interagindo com os turistas, havendo troca de experiências e cultura.

A participação da população autóctone é da mais alta importância, porque o destino turístico se torna mais hospitaleiro para quem chega, as pessoas que ali vivem não sentem seu espaço invadido e cuidam diretamente de seu patrimônio e, conseqüentemente, haverá o desenvolvimento sustentável e com sucesso do turismo.

Em razão dos avançados meios de comunicação e também da globalização, é consideravelmente perceptível o nível de exigência dos turistas, que cada vez estão mais seletivos, prezam por produtos de qualidade e por uma boa prestação de serviços.

Em contrapartida, segundo Mendes e Paula (2009, p.1), “o turismo apresenta cada vez mais novas opções de destinos, saciando vontades, desejos e necessidades de seus consumidores”.

Diretamente relacionada à qualidade do serviço, verifica-se a hospitalidade.

A hospitalidade, na esfera comercial, é um fator imprescindível no turismo. É necessária para que o turista se sinta bem, confortável, mesmo estando fora de sua casa habitual. Nesse âmbito, Grinover (2002) conceitua hospitalidade como:

[...] fundamentalmente o ato de acolher e prestar serviços a alguém que por qualquer motivo esteja fora de seu local de domicílio. A hospitalidade é uma relação especializada entre dois protagonistas, aquele que recebe e aquele que é recebido, mas não é só isso. Ela implica a relação entre um ou mais hóspedes e uma organização, colocando a questão de recepção nesta organização, inserindo-a no modo de funcionamento existente. Mas também é possível ampliar a noção de hospitalidade, englobando a relação que se estabelece entre o espaço físico de cidades e seus habitantes, pois ela abrange não somente a acomodação, mas também a alimentação, o bem-estar (GRINOVER, 2002, p. 26).

Conforme o entendimento acima, verifica-se que o conceito de hospitalidade comercial é muito amplo, envolvendo hotéis, restaurantes e demais estabelecimentos. Mas, a noção de hospitalidade fora do contexto de vendas, ou seja, comercial, estende-se para muito além desses estabelecimentos, tendo uma essência apenas humana, sem fins lucrativos, como será visto após as definições desse tema voltado ao mercado.

A chamada hospitalidade comercial é apresentada como “bem receber”, ou seja, atendimento diferenciado de especificações de produtos e serviços previamente contratados.

O paradoxo da hospitalidade comercial é a cobrança do serviço. Para o anfitrião, o objetivo para ser hospitaleiro é suprir com exatidão de hospitalidade para assegurar satisfação do hóspede e gerar fidelização, o que acarreta em mais lucros com o uso constante e retorno à região, cidade ou área de ação. A hospitalidade não pode ser vista como beneficente ou caritativa, permitindo a liberdade de ação. Os hóspedes não têm obrigação de reciprocidade para com o hospedeiro a não ser pagar a conta que lhe é cabida pelos serviços prestados (BERNARDO, [200-?]).

Esse tipo de hospitalidade, normalmente, não é voluntária. Isso quer dizer que o anfitrião nem sempre está recebendo o visitante de maneira espontânea. A pessoa que recebe se preocupa com o bem-estar e satisfação do hóspede, mas sua hospitalidade está associada a uma imposição do trabalho, portanto não podem ser considerados voluntariamente hospitaleiros.

Outro termo que é muito utilizado no turismo e hotelaria é o da “indústria da hospitalidade”, minimizando as bases naturais do termo hospitalidade, fazendo com que seja vista essencialmente como prestação de um serviço, acentuando assim a sua finalidade comercial.

Cruz (2002) define a diferença entre a hospitalidade em sua essência e o termo “indústria da hospitalidade”, onde ela é aplicada com finalidades comerciais, mostrando a amplitude da primeira em relação à segunda:

Se a indústria da hospitalidade é um setor que envolve hotéis, restaurantes, bares credenciados, pousadas e empresas de *catering*, a hospitalidade em si é um fenômeno muito mais amplo, que não se restringe à oferta, ao visitante, de abrigo e alimento, mas sim ao ato de acolher, considerado em toda sua amplitude. Envolve um amplo conjunto de estruturas, serviços e atitudes que, intrinsecamente relacionados, proporcionam bem-estar ao hóspede. (CRUZ, 2002, p. 39).

Ou seja, pode-se concluir que a aplicação da hospitalidade em hotéis ou outros estabelecimentos é de importância significativa para o bem-estar do hóspede ou cliente, mesmo que sendo involuntária, sem espontaneidade por parte do anfitrião. Mas, por outro lado, verifica-se que a hospitalidade em sua essência deve ser independente de produtos, doando sem esperar nada em troca, com objetivo único de satisfazer quem é acolhido.

Lashley (2004) explica as funções da hospitalidade:

A função básica da hospitalidade é estabelecer um relacionamento ou promover um relacionamento já estabelecido. Os atos relacionados com a hospitalidade obtêm este resultado no processo de troca de produtos e serviços, tanto materiais quanto simbólicos, entre aqueles que dão hospitalidade (os anfitriões) e aqueles que a recebem (os hóspedes). Uma vez que os relacionamentos necessariamente se desenvolvem dentro de estruturas morais, uma das principais funções de qualquer ato de hospitalidade é (no caso de um relacionamento já existente) consolidar o reconhecimento de que os anfitriões e os hóspedes já partilham do mesmo universo moral ou (no caso de um novo relacionamento) permitir a construção de um universo moral em que tanto o anfitrião quanto o hóspede concordam em fazer parte (LASHLEY, 2004, p. 26).

Desta forma, percebe-se novamente que a hospitalidade vai além do comercial, é muito mais ampla que isso. Ela consolida relações, transforma pessoas, dando oportunidade aos dois lados de aumentar seus conhecimentos, fazendo com que, até então, estranhos tornem-se conhecidos e até amigos.

Hospitalidade trata-se então de um dom da pessoa, o ato de dar sem esperar nada em troca, apenas pelo prazer de satisfazer o hóspede ou quem quer que seja. No seguinte organograma é possível ver os dois lados da hospitalidade, a essencial e a mercadológica.

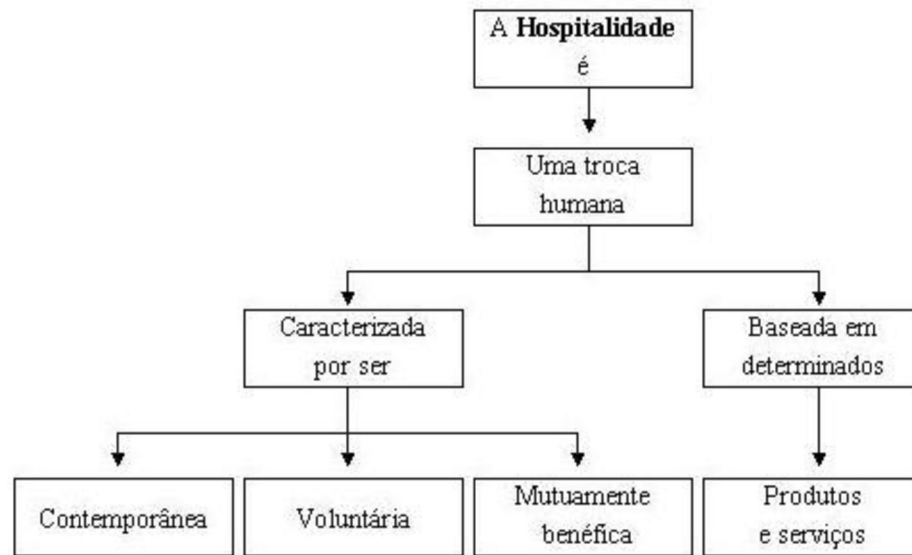


Figura 1 – As dimensões da hospitalidade.
Fonte: Lashley; Morrison, 2004, p. 203.

É proposta para o hotel, com esse trabalho, a tentativa da prática da hospitalidade essencial em união com a finalidade comercial do turismo de negócio, com foco no setor de governança, que tende a se mostrar muito deficitário nesse aspecto.

1.2 HOTELARIA

Pode-se notar, como já foi mencionado ao longo do trabalho, que com o crescimento do turismo evoluem da mesma forma os setores ligados a ele, fator que é chamado de efeito multiplicador, sendo a hotelaria um dos mais importantes segmentos do turismo. Sua importância é tão notável dentro dessa atividade, que a hotelaria é denominada por muitos como coluna vertebral do turismo.

Não se pode imaginar a prática do turismo sem os estabelecimentos hoteleiros, pois é uma necessidade do turista ter um lugar para descansar, dormir, se alimentar, ou seja, um lugar de apoio para o período de sua estada na destinação turística, seja sua viagem por motivos de trabalho ou lazer. Claro que, salvo algumas exceções onde o viajante já possui outro meio de hospedagem, na grande maioria dos casos ele vai procurar um hotel ou pousada.

Cooper (2001) confirma esse pensamento de importância e grandeza da hotelaria na atividade turística:

A hospedagem, ou acomodação, é o maior setor dentro da economia turística, e também o mais presente. Com poucas exceções, os turistas querem um local em que possam descansar e recuperar suas energias durante as viagens ou estadas em uma destinação. Podemos, portanto observar que a hospedagem é uma estrutura de apoio importante na região de destinação no sistema de Leiper e, com poucas exceções, as instalações de hospedagem comercial são encontradas aonde quer que os turistas vão (COOPER, 2001, p. 350).

Reforçando a magnitude hoteleira na atualidade, Marques (2003, p. 27) afirma que “sem hotelaria não há turismo; sem bons estabelecimentos hoteleiros não há bom turismo, e sem bons serviços não há bons estabelecimentos hoteleiros”.

Para Medlik e Ingram (2002, p. 4) é possível descrever um hotel como “[...] um estabelecimento que oferece hospedagem, alimentação e bebidas para os viajantes e residentes temporários e, freqüentemente, refeições e descanso, e muitas vezes outras instalações, para outros tipos de usuários”.

Seguindo a linha de pensamento desses mesmos autores, Medlik e Ingram (2002, p. 14), é possível definir hotel como “uma instituição de hospitalidade comercial que oferece suas instalações e serviços para a venda, individualmente ou em várias combinações”.

Ainda sobre o conceito de hotel, Beni (2002, p.196) afirma que o meio hoteleiro é uma empresa de prestação de serviços, e se diferencia de outros estabelecimentos industriais e comerciais, pois é um elemento estático, o que quer dizer que o consumidor deve ir até ele.

Segundo Duarte (1996), desde o século VI a.C. já havia demanda de hospedagem na Europa, devido ao intercâmbio comercial entre as cidades. Os primeiros albergues eram partes das residências ou seus próprios quartos. As estalagens tinham grandes quartos com até dez camas, onde os hóspedes se acomodavam todos juntos, mesmo sem se conhecerem.

Posteriormente, na época do Império Romano, haviam os *hostellum*, tipo de palacetes onde reis e nobres se hospedavam quando estavam em viagem. (DUARTE, 1996).

Então no final da Idade Média, com o início da Revolução Mercantil e com o crescimento das cidades, deu-se início ao desenvolvimento das estalagens, que além dos serviços básicos de alojamento passaram a oferecer refeições, cocheiras e alimentação para os cavalos, troca de parselhas e serviços de manutenção e limpeza para os veículos. (DUARTE, 1996).

Também deve-se acentuar que desde essa época os mosteiros serviram de hospedaria. (DUARTE, 1996).

Na Inglaterra, de 1750 a 1820, durante a Revolução Industrial, as estalagens foram substituídas pelos *inns*, que eram considerados os melhores hospedeiros no período. (DUARTE, 1996).

À medida que as estradas e ferrovias foram sendo construídas, ligando os grandes centros às cidades portuárias, deu-se um grande aumento na quantidade de hotéis, principalmente nestas últimas. No entanto, os modelos de hotéis não evoluíram fisicamente e as novas construções mantiveram o conceito já existente, o que fez com que a Europa perdesse a supremacia para os Estados Unidos nos 50 anos seguintes, pois lá muitas iniciativas foram revolucionando as hospedarias. Podemos verificar essa evolução norte-americana pelo fato de que depois da Revolução Industrial seus albergues já eram os maiores do mundo e estavam preparados para oferecer os melhores serviços da época. (DUARTE, 1996).

Nos Estados Unidos, a história da hotelaria foi destacada pelo rápido desenvolvimento e pela política de satisfação igualitária, em que qualquer um poderia desfrutar dos hotéis e seus serviços mediante pagamento. Diferentemente da hotelaria européia, fechada para atender somente a aristocracia, os hotéis nos Estados Unidos foram abertos para a comunidade. Essa democracia americana fez com que a classe média, que já costumava viajar, passasse a viajar

mais ainda e conseqüentemente consumir mais, desfrutando do luxo e do conforto dos novos hotéis. (DUARTE, 1996).

O desenvolvimento hoteleiro norte-americano despontou muitas novidades para aquela época, que hoje se tornaram muito comuns, mas que naquele momento significavam luxo extremo, como é o caso dos “arranha-céus”, quartos com acomodação privada, *ammenities* e a função de mensageiro. A privacidade, até então inexistente nesses estabelecimentos, foi a grande inovação, iniciada através do hotel Tremont House, localizado em Boston. A partir daí foi copiada por várias outras cidades, e os concorrentes se desafiaram a construir hotéis ainda mais finos e luxuosos. (DUARTE, 1996).

Até o final do século XIX o desenvolvimento hoteleiro foi enorme, o que acabou até comprometendo a qualidade, pois era pequeno o número de bons hotéis no país e havia muitos hotéis pequenos, sem conforto, sem boa alimentação e carentes de limpeza. Isso gerou falta de satisfação à população, pois no hotel simples não havia conforto e nos de luxo os preços eram altos. Tal fato resultou no desvio da tradição americana de hotéis destinados à satisfação e igualdade de tratamento. (DUARTE, 1996).

Após o início da Primeira Guerra Mundial, fase em que o crescimento da hotelaria foi interrompido, durante o período de 1910 a 1920, considerado como “a bonança na tempestade”, houve a segunda época de ouro para as construções hoteleiras. Nessa época foram construídos muitos dos atuais famosos hotéis como, por exemplo, o Hotel Pennsylvania. (DUARTE, 1996).

Por outro lado, a década de 30 foi o pior período da hotelaria nos EUA. Aproximadamente 85% das propriedades ficaram sob intervenção judicial. (DUARTE, 1996).

A recuperação dessa crise veio com a Segunda Guerra Mundial, a demanda por apartamentos atingiu o máximo e chegavam a faltar meios para acomodar os hóspedes. (DUARTE, 1996).

É preciso destacar inclusive a década de 50, porque foi quando se deu início ao desenfreado desenvolvimento dos motéis e motor-hotéis, modalidades vistas com muita freqüência nesse país até os dias atuais. (DUARTE, 1996).

Já no Brasil, segundo historiadores, a hotelaria se deu no início do século XVII com o aparecimento do primeiro hoteleiro oficial de São Paulo, Marcos Lopes. (DUARTE, 1996).

Durante todo o século XVII, a atividade hoteleira era exercida em conjunto com outros ofícios, como barbeiros, sapateiros etc. (DUARTE, 1996).

No início do século XVIII, Charles Burton faz a primeira classificação das hospedarias paulistanas, dividindo os estabelecimentos de 1ª à 5ª categoria, ficando da seguinte forma:

- Primeira Categoria: simples pouso de tropeiro;
- Segunda Categoria: telheiro coberto ou rancho ao lado das pastagens;
- Terceira Categoria: venda, correspondente à “pulperia” dos hispano-americanos, mistura de venda e hospedaria;
- Quarta Categoria: estalagens ou hospedarias;
- Quinta Categoria: hotéis.

Em Salvador, a Casa dos Hóspedes no Colégio da Companhia de Jesus, existente desde os primeiros tempos da colônia, hospedou muitas personalidades ilustres. Essa é a primeira informação sobre a prática da hospedagem ligada à colonização empreendida pela igreja católica. Nos próximos 70 anos surgem outras referências à atuação da igreja na arte da hospitalidade, como é o caso do Mosteiro de São Bento, no Rio de Janeiro, construído só para hospedar visitantes ilustres. (DUARTE, 1996).

A partir de 1870, começam a surgir os primeiros hotéis na capital paulista: o Hotel Palma, Hotel Paulistano, Hotel do Comércio, Hotel Universal, Hotel Providência, Hotel das Quatro Nações, Hotel da França e o Hotel D’Oeste. (DUARTE, 1996).

Em 1885 já se constata a existência de vários hotéis em São Paulo. (DUARTE, 1996).

Com o passar do tempo, as casas de hospedaria se transformaram nos pioneiros e legítimos hotéis implantados na cidade, no último quarto do século XIX. Vale ressaltar também que o grande impulso veio com a circulação dos primeiros trens da São Paulo Railway. (DUARTE, 1996).

A inauguração do Hotel Términus, com mais de 200 quartos, foi o marco da hotelaria paulistana. Após esse, em 1923, houve a inauguração do moderno Hotel Esplanada, com 250 unidades habitacionais, *hall* de entrada todo em mármore, três luxuosos salões-restaurantes e salão de chá, que foi ponto de encontro da elite paulistana. (DUARTE, 1996).

A evolução da hotelaria se deu no Rio de Janeiro também, onde o marco hoteleiro foi o Copacabana Palace, famoso até os dias atuais. A construção desse hotel contribuiu decisivamente para transformar o Rio em pólo de turismo de lazer. Em 1922 foi inaugurado o Hotel Glória, também no Rio de Janeiro, considerado um dos maiores hotéis do Brasil, tendo 700 apartamentos. (DUARTE, 1996).

O momento de grande desenvolvimento da hotelaria no Brasil foi a década de 40. Foram construídos vários hotéis-cassinos, que marcaram época pelas edificações e pela animação. (DUARTE, 1996).

Em 1972, a Rede Hilton inaugura o São Paulo Hilton, marcando a virada na administração hoteleira profissional no Brasil. (DUARTE, 1996).

Atualmente, os meios hoteleiros podem ser classificados de acordo com os serviços prestados, público-alvo, valor da diária, localização, padrão e outros fatores.

Cita Walker (2002, p. 95) alguns tipos de classificações:

- Hotéis do Centro da Cidade – de luxo, primeira classe, nível médio, econômicos ou residenciais.
- *Resorts* – de luxo, nível médio, residencial econômico, do tipo condomínio, em tempo compartilhado (Time Share) ou voltados para eventos ou negócios.
- Hotéis de aeroporto – de luxo, nível médio, econômicos, suítes.
- Hotéis-cassino – de luxo, nível médio ou econômicos.

Nos hotéis podemos verificar uma série de departamentos, e dentro de cada departamento há vários funcionários que realizam várias funções distintas. Walker (2002, p. 124) divide esses departamentos em: hospedagem, recursos humanos, alimentos e bebidas, marketing e vendas, engenharia e contabilidade.

Ainda na concepção de Walker (2002, p. 124), dentro do departamento de hospedagem existem os seguintes setores: recepção, reservas, governança, portaria, atendimento ao hóspede, segurança e comunicações. Abaixo segue figura com a divisão desse departamento.

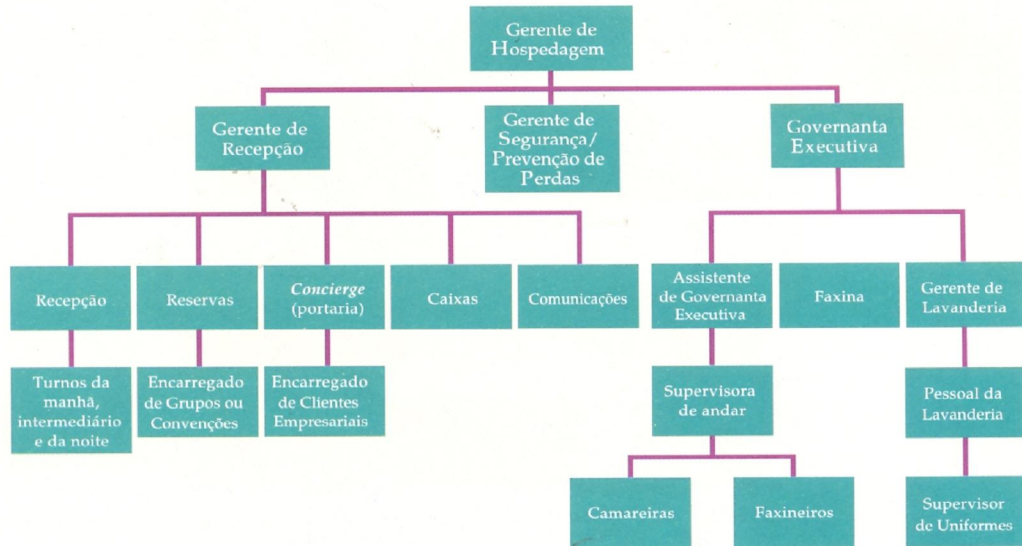


Figura 2 – Mapa organizacional do departamento de hospedagem.
Fonte: Walker, 2002, p. 125.

Todos os setores de um meio de hospedagem são muito importantes, cada um deles é integrado por vários funcionários que realizam funções diferentes, todas interligadas para o bom funcionamento do negócio.

Um dos maiores setores, no que diz respeito ao número de profissionais e quantidade de tarefas, é o setor de governança.

1.3 SETOR DE GOVERNANÇA

O setor de governança faz parte do departamento de hospedagem dos hotéis.

Segundo Walker (2002, p. 147), a governança é “o maior departamento de um hotel no que se refere ao número de funcionários”.

Quem responde pelo grande número de funcionários que atuam nesse setor é a governanta. É função da governanta ter espírito de liderança e organização para comandar sua grande equipe, visando que todos os deveres sejam executados da melhor forma possível.

Abaixo segue esquematização da estrutura do setor de governança.

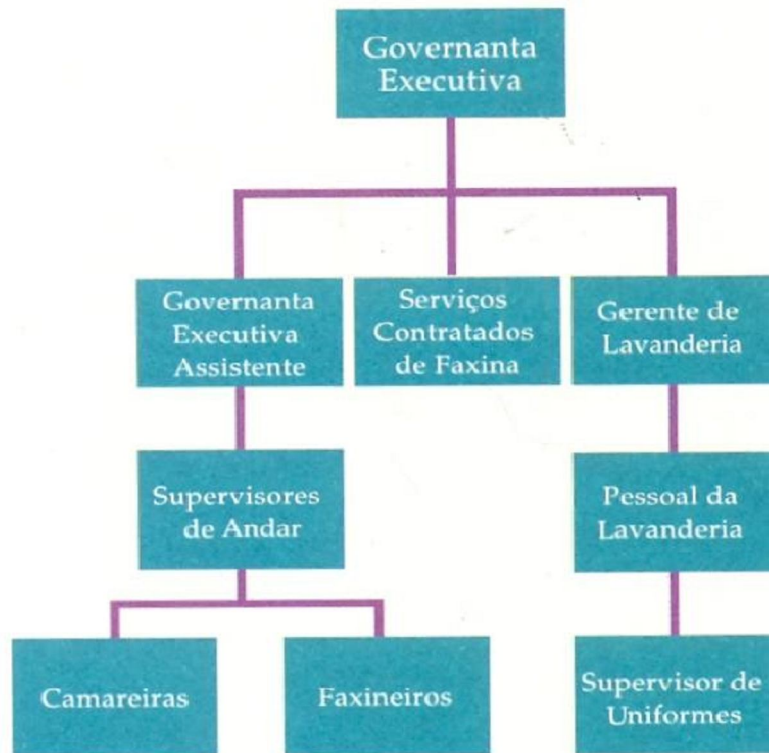


Figura 3 – Estrutura funcional da governança executiva.
Fonte: Walker, 2002, p. 149.

Duarte (1996, p. 52) cita as tarefas principais do subprocesso governança:

- supervisionar arrumação, faxina e limpeza de apartamentos e áreas sociais do hotel, das áreas de jardim interno e vasos, da lavanderia e movimento das roupas de cama, mesa e banho;
- elaborar plano de governanta;
- elaborar plano de arrumadeira;
- elaborar relatório de discrepância;
- liberar apartamentos;
- cuidar da decoração do hotel.

Governanta, supervisora, camareira(o), jardineiro e valete são alguns cargos desse setor. (DUARTE, 1996).

Entre as principais tarefas executadas pelo valete estão as do transporte e controle de todas as roupas de apartamento e das roupas pessoais de hóspedes para serviços de lavanderia. Também é função desse profissional arrumar os pertences dos hóspedes em armário ou refazer a mala nos hotéis de alto luxo. (DUARTE, 1996).

A governanta é responsável pelo plano de governanta, que consiste em um mapa realizado todos os dias, servindo para distribuir o trabalho para cada camareira. (DUARTE, 1996).

Os serviços de faxina de apartamento são realizados sempre que ocorre *check out* de hóspedes e semanalmente em longas permanências. Já os serviços de limpeza, que consistem na arrumação do apartamento do hóspede que permanece no hotel, são menos demorados em relação aos de faxina, o desgaste físico da camareira é menor e há menos consumo de material de limpeza. (DUARTE, 1996).

A governanta, por questões de segurança, mantém registros de quem arrumou cada apartamento diariamente e procura manter sempre a mesma pessoa em cada setor de andares. (DUARTE, 1996).

O plano de arrumadeira é um documento que serve para o acompanhamento das tarefas de abertura de cama e revisão de apartamento. (DUARTE, 1996).

A camareira deve verificar o número de camas usadas, verificar o número de ocupantes observando evidências como quantidade de escova de dentes etc, avaliar a quantidade de bagagem e qualquer indício de irregularidades. Se houver algum problema, dependendo da gravidade do mesmo, a camareira deve comunicar imediatamente à governanta. Essa, por sua vez, deve comunicar à gerência-geral. (DUARTE, 1996).

Comparando o relatório de camareiras com o relatório de ocupação elaborado pela controladoria, o gestor conseguirá ver se a ocupação real dos apartamentos confere com o que está sendo cobrado dos hóspedes. As diferenças registradas em formulário são denominadas relatório de discrepância. (DUARTE, 1996).

A área de lavanderia é parte da governança, tendo como tarefas principais lavar, passar roupas do hotel e dos hóspedes, consertar, armazenar e controlar a quantidade e qualidade das roupas do hotel, e fazer relatório de produção e custos da lavanderia. (DUARTE, 1996).

Os principais cargos da lavanderia são: chefe de lavanderia ou encarregado de lavanderia, lavadeira, passadeira e costureira. Poucos hotéis mantêm uma tinturaria. (DUARTE, 1996).

É opcional para o meio de hospedagem ter sua própria lavanderia ou terceirizar esse serviço.

Essa área é um dos setores em que a terceirização atingiu altos índices, pois dificilmente a relação custo-benefício do serviço próprio é vantajosa. (DUARTE, 1996).

O sistema de controle é baseado em troca de roupa usada por limpa e estoques fixos divididos por setor. Normalmente, quatro mudas de roupas são a quantidade adequada para a operação, levando em conta a conservação das peças, para que as mesmas tenham a vida útil prevista. (DUARTE, 1996).

A área de limpeza é outro setor da governança, e tem como tarefas principais a limpeza das áreas sociais e das áreas comuns de serviço. Os principais cargos dessa área são: encarregado de faxina e faxineira(o). (DUARTE, 1996).

Ficam também sob responsabilidade da governanta os funcionários que fazem a reposição de geladeiras de apartamentos. As funções desse setor são preenchidas pelo encarregado de geladeira e pelo repositor. Controlar as vendas nas geladeiras, repor os produtos consumidos e emitir nota de consumo em apartamento para débito em conta-corrente do hóspede são suas principais tarefas. (DUARTE, 1996).

Quando o hóspede deixa a unidade habitacional, é responsabilidade da camareira o fechamento da conta de geladeira. A liberação do hóspede depende, em muitos casos, desse fechamento. (DUARTE, 1996).

Pode-se verificar que a hospitalidade é fator diferencial no setor de governança, transformando a estadia do cliente em algo acolhedor, menos frio. Conforme pensamento de Castelli (2005),

A partir do momento em que o viajante assina o *Contrato de Hospedagem* (Ficha Nacional de Registro de Hóspedes) e se aloja no apartamento, integra a comunidade daquele hotel. O setor de governança o acolhe. Essa tarefa cabe à camareira, que tem a incumbência de proporcionar-lhe uma estada acolhedora, materializada, sobretudo, no apartamento bem arrumado, limpo, higienizado e em perfeita condição de uso em seus mínimos detalhes (CASTELLI, 2005, p. 200).

Ainda segundo Castelli (2005), o acolhimento e a hospedagem são um dos pontos críticos do processo de hospitalidade, pois o hóspede não conseguiria se sentir acolhido em um apartamento em estado precário, sem higiene, entre outros problemas. Ser recebido em um apartamento confortável e limpo, com boas condições de uso, representa para o hóspede uma ótima demonstração de hospitalidade.

Desta forma, conclui-se que o serviço prestado pelas camareiras e a necessidade da hospitalidade andam lado a lado. Além de proporcionar ao hóspede um apartamento limpo e confortável, a camareira deve priorizar o acolhimento, o bem-receber, para que o cliente se sinta amplamente satisfeito.

Através desses gestos hospitalares por parte dos funcionários, é possível constatar, mais uma vez, que o fenômeno da hospitalidade abrange também o lado pessoal. Tais gestos, no que diz respeito ao bom acolhimento e relacionamento com o cliente, não fazem parte obrigatoriamente do contexto comercial, mas são eles os responsáveis por consolidar relações entre essas pessoas, fato que seguramente é muito considerável para que os clientes voltem a usar os serviços do estabelecimento.

2 TURISMO E HOTELARIA EM BAURU E O HOTEL HOWARD JOHNSON

O turismo em Bauru tem vocação voltada para o turismo de negócios e turismo científico, segundo detecção do órgão turístico local sob orientação do SEBRAE. (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU, 2010).

O turismo local é considerado rico, e levando-se em consideração a localização geográfica desse município, é possível considerar que há várias atrações rurais e urbanas em uma ampla e rica região. (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU, 2010).

Bauru oferece franquias, redes, hotéis, restaurantes, bares, cinemas, shopping center, forte comércio, zoológico bem estruturado, teatro, aeroporto, aeroclube, casas noturnas, entre outros. (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU, 2010).

O município oferece a opção de aliar atividades urbanas e rurais. Como exemplo de atividades rurais é possível citar passeios no jardim zoológico, no jardim botânico ou em pesqueiros com excelente infra-estrutura. Quanto a atividades urbanas, é interessante visitar os museus, conhecer o comércio, entre outros. (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU, 2010).

O turismo científico é exercido em larga escala na cidade, devido à mesma abrigar escolas, universidades, hospitais e institutos que visam a pesquisa e atendimento de anomalias, tendo verdadeiros centros científicos de importância internacional, tais como o “Centrinho”, que se dedica à recuperação de portadores de anomalias crânio-faciais.; o Hospital Lauro de Souza Lima, especializado em hanseníase; e o Instituto Brannemark, sede internacional presidida pelo famoso médico que desenvolveu modernas técnicas de osseointegração. Bauru também conta com outros importantes hospitais, como o Hospital Estadual, Hospital Unimed, Hospital de Base, Hospital Prontocor, Hospital São Lucas e Hospital Beneficência Portuguesa, além de muitas clínicas, o que faz da cidade uma referência internacional. (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU, 2010).

Vários eventos científicos são realizados nas instituições de ensino superior durante todo o ano, favorecendo ainda mais o desenvolvimento do turismo nesse ramo.

Fora sua referência na área da saúde, Bauru é conhecida em quase todo o país por ser um núcleo de forte educação. Há na cidade nove instituições de ensino superior, sendo elas: Universidade Sagrado Coração (USC); Universidade Paulista (UNIP); Universidade Estadual Paulista (UNESP); Universidade de São Paulo (USP); Faculdades Integradas de Bauru (FIB);

Universidade Nove de Julho (UNINOVE); Anhanguera; Instituto de Ensino Superior de Bauru (IESB); Instituição Toledo de ENSINO (ITE).

O turismo de negócios também é favorecido pela significativa quantidade de indústrias e empresas instaladas na cidade, fazendo com que muitos empresários e clientes desloquem-se até ela.

Esses empresários são os principais usuários da hotelaria de Bauru.

Como referência no ramo hoteleiro bauruense, é possível citar o hotel Howard Johnson Bauru, um empreendimento com poucos anos de existência na cidade e com instalações modernas.

Está localizado na mais nobre região da cidade, na Rua Luso Brasileiro. (ASTRON HOTÉIS E FLATS, 2007).



Figura 4 – Localização do hotel Howard Johnson Bauru.
 Fonte: Astron Hotéis e Flats, 2007.

O hotel conta com 165 modernos apartamentos, podendo ser de dois tipos: standard ou premium. Todas as unidades habitacionais possuem ar condicionado com controle remoto, cofre

eletrônico que comporta um laptop, frigobar, telefone com sistema de recados, TV a cabo, rádio relógio, internet banda larga, sensor de fumaça e sprinkler. (ASTRON HOTÉIS E FLATS, 2007).

Nas figuras 5 e 6, é possível visualizar as instalações de um apartamento duplo *twin* e um banheiro com adaptações para deficientes físicos, respectivamente.



Figura 5 – Apartamento do hotel Howard Johnson Bauru.
Fonte: Acervo pessoal.



Figura 6 – Banheiro adaptado do hotel Howard Johnson Bauru.
Fonte: Acervo pessoal.

Para a realização de eventos, possui 03 salas destinadas a essa finalidade, com capacidade para até 54 pessoas em auditório, 28 pessoas em “U” e 36 pessoas em escolar. Tais salas dispõem de equipamentos e internet banda larga. (ASTRON HOTÉIS E FLATS, 2007).

Na seguinte figura, é possível ver uma das salas de eventos do empreendimento.



Figura 7 – Sala de eventos do hotel Howard Johnson Bauru.
Fonte: Acervo pessoal.

Já em termos de facilidade e lazer, o hotel oferece sala de ginástica (figura 8), bar/restaurante, room service 24 horas, business center, garagem com manobrista, raia para natação de 25 metros, pista de cooper, hidromassagem, sauna e internet WiFi no lobby e restaurante. (ASTRON HOTÉIS E FLATS, 2007).



Figura 8 – Sala de ginástica do hotel Howard Johnson Bauru.
Fonte: Acervo pessoal.

Em suma, o hotel oferece ótima estrutura e é um dos mais freqüentados do município de Bauru.

Para demonstrar a qualidade de seus serviços, foi realizada pesquisa com o intuito de analisar a hospitalidade oferecida pelo hotel, mais especificamente pelo setor de governança.

3 ANÁLISE DA HOSPITALIDADE NO HOTEL HOWARD JOHNSON BAURU

Nesse capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos da pesquisa, bem como os resultados sobre hospitalidade obtidos através da mesma.

3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo do trabalho é verificar e demonstrar a existência da hospitalidade no setor de governança do meio de hospedagem, usando como objeto de estudo o Hotel Howard Johnson Bauru.

O projeto é um estudo de caso, dividido em duas fases, a exploratória e a empírica qualitativa.

De acordo com Dencker (1998, p. 127), “o estudo de caso é um profundo e exaustivo estudo de um determinado objeto ou situação, permitindo um conhecimento mais profundo dos processos e relações sociais”.

Na primeira fase, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre os assuntos: hospitalidade, hotelaria e setor de governança. Tal levantamento foi feito através de livros, na grande maioria, e sites de artigos científicos. Ainda conforme descreve Dencker (1998, p. 125), “a pesquisa bibliográfica permite um grau de amplitude maior, economia de tempo e possibilita o levantamento de dados históricos”.

Na segunda fase, foi feita uma pesquisa de campo qualitativa. Durante a visita ao local, foram entrevistadas quatro camareiras (Apêndice B), e posteriormente foram feitas entrevistas sobre o tema com duas supervisoras de andar e com a governanta (Apêndice C), visando colher o maior número de informações possíveis sobre a aplicação da hospitalidade dentro do setor. Após essa verificação, foram levantados dados estatísticos com a representante do hotel, não diretamente, mas através da funcionária que intermediou a visita e acompanhou a entrevistadora. Essa visita técnica foi realizada no dia 22 de novembro de 2010 às 14h30.

Quanto aos hóspedes do meio de hospedagem, não foi possível entrevistá-los. Previamente já havia sido avisado que essa abordagem não poderia ser feita. Portanto, um questionário com seis questões (Apêndice A) foi aplicado a homens de negócio, fora da estrutura

do hotel. Foram abordados dois executivos, um da área de administração de empresas e outro da área de engenharia civil, sendo que os mesmos utilizam com grande frequência serviços hoteleiros.

Após essas etapas, todas as informações foram agrupadas e analisadas, para concluir o que se pretendia com a pesquisa, ou seja, verificar a existência de hospitalidade na governança do Hotel Howard Johnson Bauru.

3.2 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS SOBRE HOSPITALIDADE

Com a visita técnica ao hotel Howard Johnson Bauru, foi possível verificar as noções de hospitalidade por parte dos funcionários da governança, qual a importância que o hotel atribui a esse quesito de bem-receber, e se a hospitalidade resulta em fatores positivos para o meio de hospedagem.

Em relação ao questionário feito com homens de negócio, verificou-se ainda a importância da hospitalidade para eles em um hotel, sendo fator crucial para que os mesmos optem por retornar e tornem-se clientes fiéis.

A visita toda foi guiada pela funcionária Patrícia, do setor de organização de eventos do hotel, que foi a facilitadora da realização da pesquisa.

Na primeira etapa da visita, a funcionária e a pesquisadora se dirigiram a diferentes andares, sendo possível entrevistar quatro camareiras que estavam em serviço naquele período.

A primeira camareira abordada, A. A., sexo feminino, da cidade de Bauru, considera positivo trabalhar no hotel, mesmo sendo sua primeira experiência nessa função. Entre suas principais tarefas do dia-a-dia estão: limpeza e arrumação de apartamentos e corredores do andar correspondente a ela. Na questão do seu relacionamento com os hóspedes, informou que mantém contato com eles às vezes e tem o costume de cumprimentá-los sempre, assim como responde perguntas se abordada. Ela se considera hospitaleira, e para demonstrar sua hospitalidade procura agradar o hóspede caprichando na arrumação da UH. No seu conceito, acredita que sua forma de se relacionar com os frequentadores do hotel contribui para que eles voltem.

A segunda camareira, A. M., sexo feminino, da cidade de Bauru, gosta muito de trabalhar no hotel Howard Johnson. Suas principais tarefas são a limpeza de alguns apartamentos e a reposição de produtos em todos os andares. Quanto ao seu relacionamento com os hóspedes, afirmou que tem amizade com muitos deles, os mais antigos principalmente. Chegou a frisar que alguns até se lamentam com ela quando não conseguem se hospedar lá, por motivos de alta ocupação. A entrevistada se considera bastante hospitaleira, e busca demonstrar sua hospitalidade através de sua simpatia e educação, recebendo os clientes da melhor maneira possível. Também acredita que sua forma de agir contribui para que eles voltem.

A terceira camareira, S. S., sexo feminino, da cidade de Bauru, adora trabalhar no hotel. Suas tarefas diárias compreendem arrumação e limpeza, fazer *check-out* dos apartamentos de sua

área e, se necessário, passar algumas peças de roupa, no caso de o responsável por essa tarefa não estar presente ou estiver muito ocupado. Ela responde que sim quando questionada se mantém relacionamento com os hóspedes, explicando que com alguns ela se relaciona mais desinibidamente por conhecê-los há bastante tempo. S. S. se considera hospitaleira com os hóspedes, e garante que, para demonstrar isso, sempre procura conversar e ser simpática. A seu ver, seu jeito de se relacionar com eles ajuda, e muito, para que voltem sempre a procurar os serviços.

A quarta e última camareira entrevistada, S. O., sexo feminino, da cidade de Bauru, também considera prazeroso trabalhar ali. Tem como função a limpeza e arrumação de quartos e corredores do seu andar. Por ser funcionária nova, disse que não tem ainda muito contato com os clientes, mas reforça que não deixa de cumprimentá-los. Apesar de ter assumido recentemente esse cargo, ela se acha hospitaleira, e procura demonstrar acolhimento como as demais, procurando ser simpática e se preocupando com o aconchego do apartamento, para que o hóspede se sinta o melhor possível. Da mesma forma que as colegas, S. O. também pensa que sua hospitalidade influi na decisão do cliente de voltar a ficar no hotel ou não.

Feito isso, a segunda etapa foi entrevistar duas supervisoras de andar e a governanta, de uma só vez. A pesquisadora e a funcionária Patrícia foram encontrar as entrevistadas em uma sala do subsolo, onde as mesmas estavam reunidas discutindo alguns assuntos. Foram abordadas com questões sobre o significado de hospitalidade para elas, se na visão delas existe hospitalidade no hotel e se as camareiras demonstram hospitalidade para com os hóspedes, se consideram importante o hotel ser hospitaleiro e se acreditam que os hóspedes retornam devido a essa hospitalidade, e, finalmente, responderam o que acham que o hotel deve fazer e não deve fazer para ser considerado hospitaleiro.

No geral, a opinião das três foi unânime. Resumiram hospitalidade como o gesto de receber adequadamente o cliente, demonstrando simpatia e interesse por seu bem-estar, não abordando apenas o jeito de interagir com ele, mas priorizando também detalhes na arrumação de sua unidade habitacional, em relação à higiene e conforto. Todas afirmaram que o hotel Howard Johnson demonstra hospitalidade em seus serviços, e que as camareiras são muito hospitaleiras. Inclusive, mencionaram que muitas delas são elogiadas pelos hóspedes na recepção. Consideram de extrema importância que o hotel seja hospitaleiro, e afirmam que os hóspedes se tornam fiéis ao hotel tendo esse motivo como um dos principais. Quando questionadas sobre o que o hotel

deve fazer para ser considerado hospitaleiro, disseram que o importante é procurar atender o cliente em todas as suas exigências, que a filosofia delas é não negar praticamente nada, para que ele se sinta em casa. Quanto ao que não deve ser feito, consideram essencial não invadir a privacidade do hóspede, evitando inconveniências, agindo sempre com discrição, procurando bater na porta antes de entrar, entre outras coisas.

Na terceira e última etapa da visita, a funcionária Patrícia entrou em contato com a representante do hotel, sem a presença da entrevistadora, para levantar o percentual de retorno dos hóspedes que já ficaram no hotel Howard Johnson Bauru. A informação passada é que desde a inauguração do empreendimento, aproximadamente 40% dos hóspedes que passaram por lá se hospedaram mais de uma vez no hotel. Outra informação relevante fornecida é que eles deixam pré-reservado, em média, dez apartamentos todas as semanas para hóspedes habituais, que têm costume de ficar de segunda à sexta-feira na cidade.

Finalmente, como os hóspedes do hotel não puderam ser entrevistados, foi realizada pesquisa externa, por meio de aplicação de questionário, com homens de negócio. Nesse caso, os nomes deles ficam inteiramente preservados, utilizando-se no lugar dos nomes as letras A e B.

O primeiro executivo, da área de administração, fica identificado pela letra A. Enquanto o segundo, da área de engenharia civil, pode ser identificado pela letra B.

Os participantes do questionário foram perguntados sobre conceito de hospitalidade, se na visão deles existe hospitalidade nos serviços prestados pelos hotéis de negócios e se as camareiras demonstram hospitalidade para com o hóspede, se consideram importante serem recebidos de forma hospitaleira em um hotel, se voltariam a se hospedar nesses hotéis outras vezes e se um dos fatores que os levariam a fazê-lo seria a hospitalidade dos funcionários, sobre o que acham que o hotel deve e não deve fazer para ser considerado hospitaleiro e, por fim, foi solicitado para que avaliassem a visita nesses hotéis de acordo com a hospitalidade voltada para o setor de governança.

Para o participante A, hospitalidade em hotel é ser bem recebido, ser bem atendido enquanto está hospedado. Ele acredita que o hotel deve ser a extensão de sua casa, e quando a hospitalidade acontece, mesmo o hotel sendo de padrão inferior, torna-se aconchegante. Enquanto que, quando não acontece, mesmo o hotel tendo status superior, fica registrada a impressão de falta de aconchego. O participante acentua que a estrutura física para ele é complemento básico necessário para que a hospitalidade seja implementada.

No segundo questionamento, o participante A afirma que a existência da hospitalidade em hotéis de negócios, seja por parte das camareiras ou dos demais funcionários, depende muito da rede à qual pertencem, pois são muitos aqueles que demonstram alta performance nesse quesito, enquanto muitos outros deixam este fator em terceiro plano, ou mesmo não o abordam.

Ele considera não só importante, mas essencial, ser recebido de forma hospitaleira em um hotel. Destaca que já deixou muitos hotéis no momento do *check-in* justamente por falta de hospitalidade. Na sua visão, o importante não é apenas um lugar limpo e confortável para se hospedar, além disso precisa de atendimento excelente do início ao término da hospedagem.

O participante voltaria a se hospedar em muitos desses hotéis, sim. E, sem qualquer dúvida, o fator motivador seria a hospitalidade por parte dos funcionários. Inclusive, guarda com muito apreço algumas estadas em hotéis de categoria inferior, apenas com estrutura básica, mas com alta performance no quesito hospitalidade.

Acredita que todo hotel que pratica a hospitalidade tem como foco a satisfação plena do hóspede. Ter o lucro como a primeira e, muitas vezes, única razão de existir é o que ele pensa que não se deve fazer para ser considerado hospitaleiro. Isso deve ser entendido como consequência.

Avaliando suas visitas nesses hotéis, levando em consideração a hospitalidade voltada para o setor de governança, o participante pensa que, de maneira geral, a hospitalidade está muito aquém daquilo que se espera e muitas vezes é comprado, uma vez que são muitos os hotéis que vendem hospitalidade em seus anúncios de propaganda. Para ele ainda há espaço para muito progresso nesse quesito, e o que julga mais interessante é que, como consequência disso, muitas são as oportunidades de negócio perdidas ou não percebidas.

E para o participante B, hospitalidade significa receber bem, proporcionando ao acolhido a sensação de estar em um ambiente o mais próximo possível de seu lar, demonstrando preocupação real com seu bem-estar.

Para ele existe hospitalidade nos serviços da maioria dos hotéis de negócios que já frequentou, e normalmente as camareiras também foram hospitaleiras nesses hotéis. Deixando claro que outras vezes foi mal atendido em outros hotéis, inclusive já conheceu camareiras mal-humoradas e nada hospitaleiras, o que definitivamente impactou muito mal, fazendo com que ele não retornasse mais.

Ser recebido de forma hospitaleira é fundamental para o executivo, pois, segundo ele, é muito desconfortável encontrar um apartamento em más condições, por exemplo, ou ser tratado com rispidez, visto que o hóspede está pagando pelo serviço.

Ele afirma que voltaria a se hospedar certamente nos hotéis onde identificou hospitalidade, e que, absolutamente, essa hospitalidade seria um dos fatores primordiais que o levaria a voltar.

Para que o hotel possa ser considerado hospitaleiro, na sua opinião, deve atender os conceitos básicos da hospitalidade, ou seja, bom acolhimento do anfitrião, serviços de categoria, infra-estrutura adequada para receber o hóspede, entre outros. O que o hotel não deve fazer para ele é, principalmente, ser abusivo nos preços, o que acaba descaracterizando o ser hospitaleiro.

De maneira geral, o participante pensa que a hospitalidade voltada para o setor de governança sofre variações de hotel para hotel. Como disse, na maioria dos casos verificou a existência de hospitalidade nesse setor dos hotéis de negócio, mas em outros casos não. No entanto, conclui que isso é quase uma necessidade básica para quem se hospeda, do contrário certamente o estabelecimento vai perder o cliente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a constante evolução da atividade turística e com a busca do aprimoramento dos serviços, nota-se atualmente uma grande preocupação com a hospitalidade. Essa preocupação se faz muito necessária em meios de hospedagem, com destaque para o setor de governança, no qual muitas vezes os funcionários pecam nesse quesito.

Após o levantamento bibliográfico sobre hospitalidade, hotelaria e setor de governança, foi possível compreender com mais profundidade as noções de hospitalidade e quais são suas funções essenciais, assim como aprofundar o conhecimento sobre o mercado hoteleiro e o funcionamento da governança.

Em relação à pesquisa no objeto de estudo, foi ainda de maior abrangência, possibilitando a verificação da hospitalidade nesse setor em vias de fato, e permitindo analisar se essa hospitalidade impacta positivamente em relação aos hóspedes.

Pode-se concluir então, através de toda a pesquisa, que existe a prática da hospitalidade entre as camareiras e demais funcionários do setor para com os hóspedes. Analisadas as características qualitativas, é possível classificar a hospitalidade empregada no meio como avançada, ou seja, todos sabem seu significado e prezam o bem-receber.

Os serviços e a hospitalidade que o hotel estudado e seu setor de governança oferecem, e as expectativas dos homens de negócios sobre o que encontrar no hotel para que seja do seu agrado, são compatíveis. Esse resultado reafirma que o objeto de estudo é hospitaleiro e capacitado para atender as exigências dos hóspedes.

Confirmando a idéia de que a hospitalidade é fator essencial para fidelizar o cliente, é possível usar como parâmetro os dados estatísticos do Hotel Howard Johnson Bauru, que comprova que, em média, 40% dos hóspedes que lá se hospedaram e foram bem acolhidos, voltaram ao menos mais uma vez para usufruir dos serviços.

Cabe ressaltar, inclusive, que a hospitalidade não se aplica apenas a estabelecimentos comerciais. Suas bases essenciais abrangem a essência humana, sendo que ela possibilita às pessoas estabelecerem relacionamentos, trocarem experiências, se modificarem como seres humanos e, até, construírem amizade.

Essas pesquisas de campo são consideravelmente importantes para o desenvolvimento do turismo, pois visam analisar o objeto verificando sua atual situação e, se necessário, podem sugerir melhorias, indicando estratégias viáveis para o aperfeiçoamento dos serviços prestados.

REFERÊNCIAS

- ASTRON HOTÉIS E FLATS. Bauru, 2007. Apresenta informações sobre a rede de hotéis Astron, especificamente o hotel Howard Johnson. Disponível em: <<http://www.astron.com.br/bauru.asp>>. Acesso em: 21 nov. 2010.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2002.
- BERNARDO, Carlos. Hospitalidade comercial. **Revista hotéis**, n. 64. Disponível em: <http://www.revistahoteis.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=517:hospitalidade-comercial&catid=190&Itemid=116>. Acesso em: 30 out. 2010.
- BÍBLIA VIVA. 2. ed. São Paulo: Mundo Cristão, 2002.
- CASTELLI, G. **Hospitalidade**: na perspectiva da gastronomia e da hotelaria. São Paulo: Saraiva, 2005.
- COOPER, C.; FLETCHER, J.; WANHILL, S.; GILBERT, D. **Turismo**: princípios e práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- CRUZ, R. C. A. Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais. In: DIAS, C. M. M. (Org). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002.
- DENCKER, A. F.M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 5. ed. São Paulo: Futura, 1998.
- DUARTE, V. V. **Administração de sistemas hoteleiros**: conceitos básicos. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 1996.
- GRINOVER, L. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: DIAS, C. M. M. (Org). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002.
- LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. In: _____. ; MORRISON, A. (Org). **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole, 2004.
- MARQUES, A. **Introdução à hotelaria**. Bauru: Edusc, 2003.
- MEDLIK, S.; INGRAM, H. **Introdução à hotelaria**: gerenciamento e serviços. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- MENDES, B. C.; PAULA, N. M. O significado do turismo para as pessoas com deficiência física. **Turydes**, Espanha, v. 2, n. 4, jan. 2009.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU. Bauru, 2010. Apresenta textos sobre a cidade de Bauru. Disponível em: <<http://www.bauru.sp.gov.br/>>. Acesso em: 21 nov. 2010.

WALKER, J. R. **Introdução à hospitalidade**. Barueri: Manole, 2002.

APÊNDICE A – Questionário para homens de negócio

Idade: _____ Sexo: _____

Cidade: _____

1. O que é hospitalidade para você?

2. A seu ver, existe hospitalidade nos serviços prestados pelos hotéis de negócios? E em relação às camareiras, elas demonstram hospitalidade para com o hóspede?

3. Você considera importante ser recebido de forma hospitaleira em um hotel? Justifique.

4. Você voltaria a se hospedar nesses hotéis outras vezes? Um dos fatores que o levaria a fazê-lo seria a hospitalidade por parte dos funcionários?

5. Para que seja considerado hospitaleiro, o que o hotel deve fazer? E o que não deve fazer?

6. Avalie, de maneira geral, a sua visita nesses hotéis, levando em consideração a hospitalidade voltada para o setor de governança.

APÊNDICE B – Roteiro de entrevista para camareiras

Idade: _____ Sexo: _____

Cidade: _____

1. Como é trabalhar no Hotel Howard Johnson?

2. Quais são suas tarefas do dia-a-dia?

3. Como você se relaciona com os hóspedes do hotel?

4. Você se considera hospitaleiro com os hóspedes? O que faz para demonstrar sua hospitalidade?

5. Você acha que sua forma de se relacionar com os hóspedes contribui para que eles voltem a se hospedar no hotel?

APÊNDICE C – Roteiro de entrevista para supervisoras de andar e governanta

Idade: _____ Sexo: _____

Cidade: _____

1. O que é hospitalidade para você?

2. A seu ver, existe hospitalidade nos serviços prestados pelo hotel Howard Johnson? E em relação às camareiras, elas demonstram hospitalidade para com o hóspede?

3. Você considera importante que o hotel receba o hóspede de forma hospitaleira? Justifique.

4. Você acredita que um dos fatores que levaria o hóspede a se hospedar novamente no hotel seria a hospitalidade por parte dos funcionários?

5. Para que seja considerado hospitaleiro, o que o hotel deve fazer? E o que não deve fazer?
