

BEM RECEBER: QUALIDADE PROFISSIONAL & GESTÃO SUSTENTÁVEL

Geruza Aline Erig¹, Antônio Oliveira Fernandes Junior²

¹Professora da Área de Turismo, Hospitalidade e Lazer – IFTO - Campus Palmas e-mail: geruza@ifto.edu.br

²Aluno do Ensino Médio Integrado a Eventos – IFTO, Campus Palmas. Bolsistas do CNPq. e-mail: smashoow@gmail.com

Resumo: O “bem receber” se relaciona intimamente com a qualidade dos bens e serviços oferecidos no turismo. Isto equivale a dizer que a qualidade oferecida no destino turístico vai influenciar diretamente no bom ou no mau atendimento ao turista. Palmas é dotada de atrativos, e sua infraestrutura básica e turística estão em desenvolvimento. Por conseguinte, é necessário começar a tratar a questão da hospitalidade para que o turismo seja alavancado e junto com ele venham todos os benefícios que a comunidade receptora pode usufruir. Se desde o início houver a preocupação com o turismo sustentável, de qualidade e com foco no turista, o turismo será mais uma fonte de renda para a população. O objetivo desse projeto foi elaborar um manual de práticas de Hospitalidade em Palmas. Foi classificada metodologicamente como uma pesquisa explicativa, e em relação aos procedimentos, a pesquisa tem seu foco no estudo de caso. Diante disso, o conceito de Hospitalidade relacionada com o turismo foi baseado nas pesquisas desenvolvida com o *trade* de Palmas, e foi traduzido em um manual de práticas da hospitalidade em Palmas: o Manual do Bem receber. Esse manual irá contribuir de forma significativa para as pessoas que recebem os turistas em Palmas, tornando o atendimento mais personalizado e condizente com a cidade, que é aconchegante e propicia a tornar um grande polo receptor de turistas de eventos, ecoturistas e turistas de negócios.

Palavras-chave: Bem receber, manual, Palmas

1. INTRODUÇÃO

Pesquisando a hospitalidade na atualidade, particularmente na cidade, surgem questões que transcorrem a noção de hospitalidade construída da antiguidade. Alguns paradigmas foram necessários, como aquele que se considera a hospitalidade um modo privilegiado de relação humana, segundo Emanuel Levinas, fundamentalmente marcada pela “abertura da subjetividade à alteridade testemunhada pela presença de outros” (LEVINAS, 1983 apud GRINOVER, 2002).

Segundo esses paradigmas, a hospitalidade é um acontecimento ético por excelência (BAPTISTA, 2007), referindo-se a todas as práticas de acolhimento e civilidade que tornam o espaço construído, a cidade, um “lugar mais humano”; um lugar “antropológico”, de acordo com Augé (2003), em oposição aos “não lugares”.

No turismo ser hospitaleiro é receber bem os turistas, termo que muitas vezes é confundido com hotelaria. Mas o que é receber bem? Esta questão norteará este projeto de pesquisa.

O “bem receber” se relaciona intimamente com a qualidade dos bens e serviços oferecidos no turismo. Isto equivale a dizer que a qualidade oferecida no destino turístico vai influenciar diretamente no bom ou no mau atendimento ao turista. Beni (2001) afirma que a qualidade no Turismo refere-se ao serviço aliado ao produto e que o fator qualidade é o único critério que se impõe de maneira natural para determinar o êxito ou o fracasso desses.

Palmas é uma cidade nova, e que vem criando sua história a cada dia. A maioria da população veio de outros estados e contribui com a criação da identidade da cidade. E, não há histórico de pesquisas que trate da hospitalidade em relação ao turismo em Palmas. Por isso

também, a necessidade de pesquisas relacionadas com o bem receber, com a inserção da comunidade no turismo e sobre qual o papel da hospitalidade no processo de construção do espaço urbano na cidade.

Palmas é dotada de atrativos, e sua infraestrutura básica e turística estão em desenvolvimento. Vem oferecendo cursos de capacitação da mão de obra para receber os turistas e os órgãos governamentais têm realizado investimentos públicos para desenvolvimento do turismo. Assim, as questões que se apresentam são: o que é necessário para a prática da hospitalidade almejada pelos turistas e novos moradores? E dentre as diferentes concepções de hospitalidade em Palmas, quais seriam aquelas mais evidentes nas relações provocadas pelo turismo? É o que desejamos responder com essa pesquisa.

Por conseguinte, é necessário começar a tratar a questão da hospitalidade para que o turismo seja alavancado e junto com ele venham todos os benefícios que a comunidade receptora pode usufruir. Se desde o início houver a preocupação com o turismo sustentável, de qualidade e com foco no turista, o turismo será mais uma fonte de renda para a população.

Projetos desse nível contribuem para o desenvolvimento da sociedade, constituindo um vínculo que estabeleça troca de saberes, conhecimentos e experiências para a comunidade e o IFTO, *Campus* Palmas. Além de contribuir para o conhecimento do *trade* com o Manual de Práticas da Hospitalidade de Palmas para consulta e propagação do bem receber, fazendo de Palmas uma cidade ainda mais “calorosa”.

2.OBJETIVOS

Geral:

Elaborar um manual de práticas de Hospitalidade em Palmas.

Específicos:

- Analisar as concepções de hospitalidade nos espaços que configuram o território;
- Contribuir para o desenvolvimento da sociedade, constituindo um vínculo que estabeleça troca de saberes, conhecimentos e experiências para a constante avaliação da pesquisa e do ensino;
- Participar criticamente de projetos que objetivem o desenvolvimento regional sustentável em todas as suas dimensões de Arranjos produtivos Locais;
- Explicitar o conceito de Hospitalidade relacionada com o turismo, através do manual de práticas da hospitalidade em Palmas: o Manual do Bem receber.
-

3. METODOLOGIA DE TRABALHO

Este projeto teve como referencial empírico a cidade de Palmas, Tocantins. É classificada metodologicamente como uma pesquisa explicativa e em relação aos procedimentos, a pesquisa tem seu foco no estudo de caso, uma análise intensiva, reunindo informações numerosas e detalhadas para que compreendamos a totalidade da situação do turismo em Palmas, a partir das noções da hospitalidade.

Quanto ao estudo de caso que foi realizado em Palmas para levantarmos os limites e as possibilidades da capital como destino turístico foi considerada a natureza da experiência, enquanto fenômeno a ser investigado.

Triviños (1992, p.133) diz que o estudo de caso "é uma categoria de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente". Essa estratégia de pesquisa permite reunir

o maior número possível de informações para conseguir compreender a totalidade de uma situação. A caracterização do estudo de caso se dá pela "capacidade de lidar com uma completa variedade de evidências - documentos, artefatos, entrevistas e observações" (YIN, 2001, p. 19).

Para desenvolver o estudo de caso, foram elaborados questionários para as entrevistas com o órgão público ligado ao turismo (Secretaria de Turismo Municipal e Estadual) e órgãos privados relacionados com turismo de Palmas (meios de hospedagens, estabelecimentos de alimentos e bebidas e agências de viagem e turismo).

Através desse estudo de caso desenvolvido atingimos os objetivos desse projeto que é, dentre eles, a proposição de um guia de ações que promovam a hospitalidade em Palmas.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Manual do Bem receber tem 30 ações que devem ser colocadas em prática pelo trade de Palmas. As ações propostas são apresentadas a seguir:

1. **Atenda** aos clientes como você gostaria de ser atendido. Exatamente como você gosta... nem mais, nem menos.
2. **Sorria**, sorria, sorria. Sempre. Sempre. Todos gostam de ser atendidos por pessoas bem humoradas.
3. **Use um crachá** com o seu nome bem visível para que os clientes saibam quem você é. Todos nós gostamos de saber com quem estamos falando.
4. **Dê retorno** ao cliente quanto às providências em andamento para atê-lo. Às vezes, alguns transtornos incontornáveis, são melhores absorvidos pelo cliente quando lhe é fornecida a explicação antecipada.
5. **Ofereça** sempre algo a mais para o cliente que entrou no seu estabelecimento. Não o deixe ir embora, sem que você tenha lhe oferecido tudo o que poderia. Agregue valor ao seu produto!
6. **Seja criativo!** Faça coisas de forma diferente do rotineiro, fora do comum. Acrescente um charme especial ao seu serviço que o cliente não encontrará em outro lugar. Inove com inteligência.
7. **Procure** personalizar seu atendimento chamando o cliente pelo nome e até utilizando informações que você já possui sobre ele. Isso o fará sentir-se especial.
8. **Trate** o cliente de forma profissional. Não é necessário ser formal, mas é preciso conhecer bem os limites da informalidade. As pessoas vindas de lugares diferentes têm hábitos culturais distintos. Assim, todo cuidado é pouco na manifestação do nosso calor humano.
9. **Lembre-se** sempre de que quem paga tudo é o cliente, portanto satisfaça os desejos e realize os sonhos do cliente em seu estabelecimento.
10. **Procure** aprender novos idiomas. O segmento de turismo atende pessoas do mundo inteiro e comunicar-se no idioma do cliente é um diferencial no atendimento.
11. **Seja simpático**. Mas coloque sinceridade nessa simpatia. Ela precisa vir de dentro, refletindo a satisfação verdadeira que temos em servir. Ao receber um cliente, demonstre claramente seu interesse em servi-lo. Seja espontâneo, receptivo e feliz.
12. **Apresente** sua cidade como a mais bonita e diferente de todos os lugares que o cliente já visitou. Fale dos atrativos, pontos positivos, lugares mais visitados. Mostre que você conhece a sua cidade.
13. **Não transforme conflitos de ideias em conflitos pessoais**. Lembre-se sempre de que todos nós somos diferentes uns dos outros e temos todos os direitos de não pensar exatamente como os outros.

14. **Tenha planejamento** para que todas as tarefas sejam realizadas, dentro de um critério de prioridades e lógica, considerando a urgência e a importância dos trabalhos que lhe são confiados.
15. **Ajude.** Sempre que algum colega precisar de ajuda, ajude-o. Ninguém sabe o dia de amanhã e você nunca perderá nada com isso. Ensine, mostre a sua capacidade de trabalhar em equipe.
16. **Não empurre** para cima do cliente o que você já sabe que não irá servir, isto é suicídio profissional, você perderá sempre. Procure saber os gostos do cliente, antes de indicar algum produto ou serviço.
17. **Cuide da aparência pessoal.** A primeira impressão é a que fica. Todos gostam de ser atendidos por pessoas, limpas, arrumadas e alinhadas.
18. **Preocupe-se** com seu ambiente de trabalho. Mantenha-o em ordem, limpo, higienizado. O local seja ser harmonioso, levando aos clientes o bem receber, acolhida com satisfação e serviços com excelência, ética e postura profissional.
19. **Discrição** é a palavra de ordem. Seja discreto no tom de voz, no vestuário, na gesticulação e principalmente na forma de tratar o cliente e os colegas de trabalho.
20. Quanto custa a você **oferecer** mais alguma coisa para o cliente que está na sua frente? Não custa nada. Então, porque essa pressa?
21. Quem nunca errou em um atendimento que atire a primeira pedra. Errar é humano? Pode ser, mas corrigir é muito mais. **Errou? Corrija o quanto antes.**
22. **Acredite** no seu empreendimento. Conheça-o bem, saiba da sua qualidade, conheça todos os recursos operacionais para o desempenho da sua ocupação. Ninguém vende o que não conhece ou aquilo que não acredita. Por outro lado, quem conhece e crê contamina o outro com seu entusiasmo.
23. Há clientes que são mais exigentes do que outros. Com estes, **seja ainda mais cordial e educado.** Não há forma melhor de quebrar a resistência deles.
24. **Fale com naturalidade e tranquilidade.** Use o vocabulário adequado com seus colegas e clientes, sem erros gramaticais, sem gírias, de modo simples e direto. Evite falar difícil e demonstrar erudição. Tudo que é falso faz perder a credibilidade. Seja autêntico.
25. **Fale com precisão** tendo a certeza de que será entendido e certifique-se de que está sendo compreendido. Fale sempre do que você sabe para ter segurança ao falar. Não tenha medo de dizer que não sabe de alguma coisa. Saiba, entretanto, onde buscar a informação pedida pelo cliente e faça-a chegar a ele a tempo.
26. **Evite envolver-se** em assuntos polêmicos, como política, religião e futebol. Quando esses assuntos forem abordados, procure falar sempre em nível informativo. Nunca dê opiniões pessoais.
27. **Saiba utilizar** e dominar todos os recursos e símbolos disponíveis para atender ao cliente. Utilize as ferramentas adequadas no atendimento ao cliente e na comunicação interna entre a equipe de trabalho.
28. **Utilize regras** de etiqueta social no atendimento ao cliente: dê atenção completa a todos, independente de posição social, aspecto, idade, cor, o respeito a ordem de chegada no atendimento e assim por diante. O profissional que detém a “hospitalidade” faz com que cada cliente se sinta individualmente especial.
29. **Mantenha o equilíbrio emocional** permanentemente. Nas atividades turísticas estamos sujeitos a pressão e a situações imprevisíveis. O exercício da “hospitalidade” é fundamental nesses momentos para não desencantar o cliente. A sua conduta é que definirá a solução dos problemas ou a maximização deles. Logo, mantenha a calma e decida racionalmente em qualquer ocasião.
30. **Acredite em si mesmo.** Acredite na sua competência profissional, na sua capacidade de entender o cliente e de ajudá-lo a encontrar satisfação. O segmento de turismo, hospitalidade e lazer precisa de profissionais autoconfiantes, seguros e tranquilos; capazes de explicar e argumentar com propriedade e de convencer com plenitude.

Como dito anteriormente, a prática dessas ações, poderão auxiliar àqueles que trabalham em estabelecimentos turísticos, a se tornarem mais hospitaleiros, facilitando a relação com os turistas.

5. CONCLUSÃO

O desenvolvimento do turismo na cidade de Palmas vem sendo cada vez mais perceptível, desde a chegada do turista até a cidade, o check-in no hotel, ida a restaurantes e retorno do cliente ao seu lugar de origem, já que os estabelecimentos ligados ao turismo em Palmas, priorizam o quesito hospitalidade, o bem receber do cliente já que se acredita que é a partir daí que a imagem da cidade é construída e apresentada as demais localidades.

A cidade de Palmas está em crescente desenvolvimento e consolidação. As empresas ligadas ao turismo desde hotéis, a venda de passeios, seguem nesse mesmo ritmo, disputando clientes em uma concorrência acirrada, já que cada dia mais surgem novas e modernas empresas nesse setor.

Segundo as pesquisas, os segredos das empresas com relação a manter seus clientes e conquistar novos estão na valorização do serviço oferecido, prática da hospitalidade e cada vez mais melhorar a questão do bem receber. O turismo local é um setor em que há grandes possibilidades de investimento, e que embora esses investimentos já tenham começado, ainda carece de melhorias.

Diante do exposto, é inegável a necessidade de um investimento maior nesse setor, que só tem benefícios a trazer não só a capital, como ao estado em geral que foi inclusive citado por boa parte dos entrevistados o qual afirmavam que deveria haver uma melhoria nesse setor. As melhorias se encaminham para o crescimento do turismo em Palmas, que se comparado a alguns anos, melhorou consideravelmente.

Cada ano Palmas vem recebendo um maior número de turistas, principalmente na temporada de praia, que ocorre no mês de julho. Uma hospitalidade com qualidade não se faz somente com bons restaurantes, bons hotéis e paisagens naturais exuberantes, mas sim da adaptação destes locais para receber todo e qualquer cidadão independente de sua posição social.

O conceito de Hospitalidade relacionada com o turismo foi idealizado baseado nas pesquisas desenvolvida com o *trade* de Palmas, e foi traduzido em um manual de práticas da hospitalidade em Palmas: o Manual do Bem receber. Esse manual irá contribuir de forma significativa para as pessoas que recebem os turistas em Palmas, tornando o atendimento mais personalizado e condizente com a cidade, que é acolhedora e propícia a tornar um grande polo receptor de turistas de eventos, ecoturistas e turistas de negócios.

REFERÊNCIAS

- AUGÉ, Marc. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da super modernidade**. Campinas: Papyrus, 2003.
- BAPTISTA, Isabel. **Capacidade ética e desejo metafísico, uma interpelação à razão pedagógica**. Porto/Portugal: Ed. Afrontamento, 2007.
- BROTHERTON, Bob; WOOD, Roy. **Hospitalidade e administração da hospitalidade**. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. São Paulo: Manole, 2004.
- CAMARGO. Luiz Otávio de Lima. **Turismo, Hotelaria e Hospitalidade**. In: DIAS, Célia M. (org). Hospitalidade: reflexões e perspectivas. São Paulo. Manole, 2002.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

- DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1980.
- DEMO, Pedro. **Saber Pensar**. São Paulo: Cortez, 2007.
- GRINOVER, Lucio. **A Hospitalidade, a Cidade e o Turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.
- GODBOUT, Jacques. T. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- JONES, Peter; LOCKWOOD, Andrew. **Administração das operações de hospitalidade**. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004.
- LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004.
- LANNA, MARCOS. **Nota sobre Marcel Mauss e o ensaio sobre a dádiva**. Revista de Sociologia e Política, Curitiba, n. 14, p. 173-194, jun. 2000.
- MATHEUS, Zilda Maria. A idéia de uma cidade hospitaleira. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.
- PREFEITURA DE PALMAS. Disponível em <http://portal.palmas.to.gov.br/http://portal.palmas.to.gov.br/> Acessado em 22 de julho de 2012.
- SANTOS, Carlos Nelson F. dos. **A cidade como um jogo de cartas**. Niterói: Universidade Federal Fluminense: EDUFF; São Paulo: Projeto Editores, 1988.
- TELFER, Elizabeth. **A Filosofia da “hospitalidade”**. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004.
- TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução ao estudo em ciências sociais: o estudo qualitativo em educação**. São Paulo: Atlas, 1992.