



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SERGIPE

HOSPITALIDADE NOS HOTÉIS DA ORLA DE ATALAIA EM ARACAJU/SE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Tecnólogo em Gestão de Turismo, do Instituto Federal de Sergipe, como requisito parcial para obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Discente: Noêmia da Silva Cruz

Orientador: Prof. Dr. Lício Valério Lima Vieira

Aracaju/SE

2021

1. INTRODUÇÃO

No turismo ser hospitaleiro é receber bem os turistas, termo que muitas vezes é confundido com hotelaria, porém, a diferença está no quesito que a hotelaria é o ambiente em que o ato da hospitalidade pode ocorrer, ou seja, o receber e o cuidar compõem a hospitalidade.

Pode-se dizer que os turistas ao chegarem em uma cidade encontrem um acolhimento estruturado, improvisado ou simplesmente não encontre. O “bem receber” está ligado diretamente com a preparação do destino turístico para o recebimento do turista e envolve todo o sistema de turismo.

Dias (2002) agrega o conceito de hospitalidade com a “indústria hoteleira”. É evidente que quando se trata de hospitalidade, de uma forma abrangente, a primeira associação que se terá, será com a hotelaria. Seja na forma de uma pousada, de um resort, de um hotel ou qualquer outro empreendimento hoteleiro, as primeiras menções feitas pelas pessoas são nos recepcionistas, nas malas, na cama devidamente arrumada entre outras, deixando de lembrar que a hospitalidade faz parte de uma cadeia, onde o turismo como um todo (agências, operadores, companhias aéreas, empresas de lazer, entre outros) acabam agregando valor a este ciclo de serviços conhecido por hospitalidade.

Segundo Baptista (2002) a hospitalidade é considerado como um modo privilegiado de encontro interpessoal marcado pela atitude de acolhimento em relação ao outro. As práticas de hospitalidade deverão marcar todas as situações da vida, ou seja, a hospitalidade não deverá ficar circunscrita à disponibilidade para receber o turista, o visitante que chega de fora e está de passagem pela cidade, é necessário que esta atitude de acolhimento e cortesia, seja a todo próximo, seja o vizinho, o colega de trabalho, um desconhecido.

A hospitalidade é também, segundo Montandon (2011, p. 92), “uma maneira de viver em conjunto, regido por regras ritas e leis, e é concebida não apenas como uma forma essencial de interação social, mas também como uma forma própria de humanização, ou mínimo, uma das essenciais de socialização”.

Já Lashley (2004) utiliza-se da reflexão de Visser (1990) para afirmar que a hospitalidade é relacionamento. A hospitalidade, sendo a base da sociedade, tem como função estabelecer relacionamento ou promover um relacionamento já estabelecido. É a possibilidade de encontros que podem levar á relacionamentos, propiciando a troca e o benefício mútuo para o anfitrião e o hóspede.

Já que a hospitalidade também se concretiza nos meios de hospedagens, esta pesquisa

pretendeu analisar os elementos existentes nos hotéis da Orla de Atalaia em Aracaju/SE. Esta orla é um dos cartões postais da cidade, e concentra a maioria dos hotéis, pousadas, hostels. A escolha do tema foi motivada no intuito de destacar o valor do assunto, de forma a ampliar a discussão sobre a importância do ato de bem receber, além disso, a pesquisa vem contribuir academicamente como sendo mais uma alternativa para fonte de pesquisa.

Diante deste contexto, esta pesquisa tem como objetivo geral analisar a importância e as estratégias da hospitalidade para o bem receber, promovidas pelos hotéis de rede na Orla de Atalaia. Para responder ao objetivo geral do estudo, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos, como: Averiguar a capacitação dos profissionais nos hotéis no que diz respeito ao ato de bem receber; Conhecer a percepção dos gestores hoteleiros quanto as estratégias do bom atendimento ao recepcionar o turista; Identificar quais instalações existentes no hotel que proporciona acessibilidade; Analisar quais mudanças ocorrentes após a vinda da Pandemia/Covid 19.

Devido a pandemia que se prolongou durante os anos de 2020 e 2021, vários setores da economia foram fortemente impactados entre eles o setor hoteleiro que se viu diante da paralisação do turismo de negócios e lazer no Brasil e no mundo. A maioria dos empreendimentos tiveram que suspender, temporariamente, suas operações com o objetivo não só de preservar a saúde da equipe e dos hóspedes, mas também a saúde financeira do negócio. Tudo isso é extremamente preocupante e suas consequências não irão terminar com o fim das recomendações de isolamento social e da pandemia de covid-19.

Os danos deverão se estender por vários meses e irão exigir grandes mudanças no setor. Assim como na maior parte do mundo, no Brasil o setor hoteleiro é um dos mais prejudicados pela pandemia de coronavírus. Isso porque a doença causou o cancelamento de diversos eventos do trabalho remoto. O impacto no segmento tem sido brutal, o volume de reservas caiu bastante na pandemia, segundo (Bitzhotel).

Para o desenvolvimento desta pesquisa, utilizou-se da abordagem qualitativa, a partir da aplicação de um questionário eletrônico com representantes dos hotéis existentes da Orla de Atalaia. Procurou-se levantar informações sobre as estratégias utilizadas na hospitalidade aplicada ao acolhimento e atendimento dos hóspedes.

Este artigo está estruturado em mais três itens. O item 2 versa sobre a fundamentação teórica, o item 3 trata da metodologia aplicada e o item 4 apresenta os principais resultados e as devidas discussões, complementados com as considerações finais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica deste artigo possui dois subitens. Um que trata sobre os componentes existentes do sistema turístico, de como deve ser trabalhado o ato da hospitalidade, da sua importância no acolhimento dos hóspedes em hotéis. Já o segundo subitem trata sobre os meios de hospedagens existentes e as características de cada um.

2.1 TURISMO E HOSPITALIDADE

A atividade turística vem se desenvolvendo em diversas localidades, com capacidade de gerar emprego e renda, além de proporcionar a inclusão de trabalhadores no mercado de trabalho.

Segundo Dias (2008), na antiguidade, o turismo era praticado somente pelas pessoas de grande poder aquisitivo, pois estas tinham um maior tempo disponível fora do trabalho, ou mesmo nem se quer trabalhavam como é o caso das filhas das ricas na época que, sobretudo, viajavam para fins de estudo. Este tipo de turismo era chamado de Grand Tour.

Com o passar dos anos, após a revolução industrial e com o avanço das tecnologias a atividade turística ganhou um forte impulso, devido as mudanças no sistema de trabalho, que permitiam aos trabalhadores um maior tempo de descanso e direitos como férias remuneradas fatores que permitiram que o turismo se desenvolvesse enquanto atividade, pois esta classe de pessoas agora teria mais tempo e recursos financeiros disponíveis para a prática do lazer (DIAS, 2008).

Devido à facilitação gerada pela melhoria dos transportes e vias de acesso aos locais turísticos aliados a construção de uma infra-estrutura voltada para a comodidade do turismo esta atividade. Com a globalização esta atividade obteve um crescimento ainda maior, o que contribui para o aperfeiçoamento e criação de novos produtos e instalações, também como o desenvolvimento de novas destinações (BENI, 2003).

Quando bem planejado, os aspectos positivos que o turismo pode gerar nas comunidades onde é desenvolvido, são bastante relevantes para o desenvolvimento social, cultural e, sobretudo, econômico das localidades. Dessa forma “os benefícios que o turismo traz são tão significativos que os riscos que possa trazer na maioria das vezes são minimizadas” (DIAS, 2008, p. 16).

A questão da hospitalidade tem sido abordada na literatura, na maior parte das vezes, de maneira simplista e limitada às questões de oferecimento de produtos pelas áreas de hotelaria, de alimentos e bebidas. Um exemplo disso é o estudo de Jafari, retratado por Start,

Mc Intosh e Goeldner (1990), no qual liga o papel da hospitalidade no turismo à administração hoteleira.

Para Dias (2002, p. 2), entende por hospitalidade...

... a variada gama de atividades envolvidas com o receber humano, abrangendo não só os aspectos comerciais ligados à hotelaria e à restauração, mas também o setor denominado receptivo turístico, a recepção e a hospitalidade graciosas, efetuadas por famílias em suas casas e por todo sistema urbano e sua infraestrutura, envolvidos com modelos culturais associados ao receber: os eventos, o cerimonial, a festas, o lazer.

Segundo Rejowski (2002), foi na antiguidade clássica que as viagens começaram a se desenvolver e florescer. Segunda esta autora, o século XXI chegou e se deparou com um mundo globalizado, onde o crescimento e os meios de comunicação são constantes, tornando as informações globais acessíveis para uma grande parte da população, possibilitando, assim, que o desconhecido se torne conhecido para muitos. O Turismo se expandiu rápido e grandiosamente, exigindo, assim certos “preparos” de núcleos receptores para a receptividade de seus visitantes e à não-destruição de seu patrimônio cultural, natural e de seus aspectos sociais.

De acordo com Plentz (2021), a hospitalidade, em sua totalidade, engloba diferentes áreas do conhecimento, e por ser tão abrangente e de fundamental importância ao desenvolvimento do Turismo, não deve ser minimizada. A complexidade do tema constata a importância da hospitalidade e o seu inegável valor para um outro turismo possível na construção de uma outra sociedade, mais justa e igualitária. Sendo assim, ela poderá, em sua totalidade, resgatar as regras da boa convivência, do bem-estar, da cordialidade e da qualidade de vida por tanto tempo esquecida pelas pessoas e pelos espaços em que convivem.

Plents (*op cit*) destaca ainda que o acolhimento de visitantes, tanto por uma população local, como por todos os profissionais envolvidos na organização de um núcleo receptor é a alma do lugar em ação, confirmando desse modo, que o princípio básico e marco inicial de qualquer discussão que envolva desenvolvimento turístico de uma localidade, deva ser sua humanidade expressa em hospitalidade.

Entende-se que, no momento em que a visão que se tem de um visitante é alterada, passando de uma concepção que simplesmente considera o visitante como um número para uma concepção mais humanista, que considera o visitante como um ser, é possível dispensar uma melhor atenção a essa pessoa, ou seja, oferecer um conjunto de ações que façam a pessoa sentir o lugar em que se encontra e em que está sendo recebida como um lugar mais hospitaleiro.

Para Fernandes (2012), com a evolução do setor hoteleiro, a concorrência está acirrada e os clientes buscam qualidade, não só no produto, mas também no atendimento que, hoje é um dos fatores mais importantes no conceito de turista. O essencial para que o cliente esporádico se torne um cliente fiel é a hospitalidade, qualidade, o atendimento não mecânico e sim ótimo e sincero, assim atraindo os clientes e tornando-os clientes assíduos. A hospitalidade vai muito além da cordialidade de um povo, depende do atendimento e da eficiência deste, dos meios que são usados, da estrutura de funcionamento e de todas as pessoas envolvidas.

Lashley e Morrison (2004) destacam que a hospitalidade está voltada para arte de receptividade e generosidade e tem penetrado nos campos econômicos, sociais, culturais e políticos no intuito de reinserir o indivíduo num contexto mais amplo, onde valores e virtudes necessitam ser resgatadas. Sendo a hospitalidade entendida a partir de um processo, é imperativo que haja uma base que sustente a ideia de como ele é formado, algo que permita compreender quais as condições necessárias para um espaço específico possar ser julgado como hospitalidade. Tendo essa preocupação em mente.

Gomes (2002) analisou o espaço público-comercial na região francesa de Belleville, caracterizando-se por fatores que ela considera como elementos de hospitalidade. Esses fatores coincidem com a definição da Anhembi-Marumbi no que tange aos chamados espaços físico-geográfico e espaços psíquicos.

A hospitalidade não se baseia somente nos critérios de receber, hospedar e alimentar bem quem é de fora, mas também implica uma série de questões relacionados aos próprios moradores da região a chamada Hospitalidade Pública.

É o que permite à sua população desfrutar de uma série de recursos (naturais e/ou culturais) não só para sua sobrevivência, como também para levar uma vida digna. Alguns, de maneira uniforme, os sistemas de hospedagens, viário e de transportes, de comunicação (acesso e disponibilidade de informações), de equipamentos e áreas de lazer, parques, restaurantes, e etc.) e de infra-estrutura. Outros ainda são levados em conta como liberdade de escolhas diversas, seguranças, higiene, educação, emprego e trabalho (como forma de sustentabilidade de um estilo de vida mais equilibrada) etc.

Consequentemente, isso é algo que, além de ser valorizado pelos forasteiros igualmente é para quem é nativo ou residente. Assim é que se formam as bases conceituais para a chamada qualidade de vida da população local (GRINOVER, 2003).

Segundo Swarbrookes e Horner (2002, p 218) “para um gestor é necessário administrar a experiência do hóspede dentro do hotel no intuito de garantir a satisfação do

cliente. Para tanto, existem pontos relativos ao produto que devem merecer atenção criteriosa, pois por intermédio deles é que ocorre a experiência do consumo”.

Esses pontos do produto, críticos para Lewis, Chambers e Chacko (1994, p. 427) são chamados de mix de apresentação hoteleiro, e referem-se a “todos os elementos utilizados pelo hotel para aumentar a tangibilidade do mix do produto/serviço na percepção do público alvo no lugar e tempo apropriado.” Significa dizer que os elementos do mix de apresentação são pontos estratégicos a serem cuidados pelos gestores hoteleiros, pois é por intermédio deles que os hóspedes têm percepção sobre o produto.

Lewis, Chambers e Chacko (1994, p. 427), ressaltam ainda que os elementos do mix de apresentação são: instalações, localização, atmosfera ou ambiente, colaboradores, hóspedes e preço, e dizem respeito a tudo o que é físico e que possa ser rapidamente percebido em um hotel.

A localização, que já foi muito importante, passa a ter atualmente um valor menor, por conta de todos os avanços na área de transportes, bem como da diversidade de opções da oferta. Porém, obviamente, no esforço de tangibilização do produto, esta pode ser utilizada como um reforço aos outros elementos e como um diferencial a ser explorado em um ambiente altamente competitivo.

Os mesmos autores salientam também que o ambiente ou a atmosfera fazem referência à experiência sensorial que o hóspede tem ao adentrar ao hotel. A consistência do ambiente é percebida de várias formas, sejam pelas cores, efeitos de iluminação, essências, temperatura ou texturas. Em resumo, explorar a atmosfera equivale a explorar todos os sentidos do cliente, despertando nele um sentimento positivo, com valor estético.

Os colaboradores são aqueles que se apresentam aos hóspedes como os geradores, intermediários e facilitadores de suas experiências no hotel. Pode parecer inusitado considerar os hóspedes como um dos elementos de tangibilização do produto, mas esta inclusão está relacionada à necessidade do hotel de atrair hóspedes com perfis similares, que devem poder sentir-se em casa e não desambientados. O preço também é um importante elemento deste mix de apresentação, conforme justificado anteriormente.

Assim, com esses elementos, os gestores podem elaborar um produto hoteleiro que tenha condições de ser apresentado ao mercado e cujo posicionamento seja corretamente percebido, oferecendo diferenciais que podem ser facilmente reconhecidos e até mesmo classificáveis (LEWIS, CHAMBERS E CHACKO, 1994).

Uma postura hospitaleira, portanto, traduzia-se na constituição de um código informal de comportamento. Nesse código, mais do que educação e amabilidade, estariam as obrigações

implícitas de acolher, proteger, entreter e alimentar, como uma conduta sagrada e uma obrigação moral e ética (CASTELLI, 2006). Esse código de conduta, tão antigo quanto a humanidade, existe também na sociedade contemporânea, em cada um dos contextos culturais, econômicos e políticos mundiais. Camargo (2004, p. 25) concorda com esse argumento para o autor, a observância ou não dessas leis é que define os conceitos de hospitalidade, colocando-os como oposto e pressupondo, sob essa perspectiva, que a hospitalidade deve traduzir-se em uma “atitude positiva, em qualquer código ético”.

2.2 OS MEIOS DE HOSPEDAGENS E A HOSPITALIDADE

Um dos motivos para que os turistas escolham entre uma cidade ou outra é a disponibilidade de vagas de hospedagem. Um local, por mais bonito que seja, se não tiver um hotel com estrutura necessária para um bom atendimento, certamente, todos os outros setores vão perder clientes. Isso significa o quanto a hotelaria é importante para alavancar a economia de um município, estado e país.

Com aumento de hóspedes em hotéis, todos os setores ganham, como restaurantes, comércio local, serviço de taxi, transporte, etc. Haverá aumento de emprego na cidade em diversas áreas, para dar conta da demanda e prestar um atendimento, os empresários terão que contratar vários serviços especializados nesta área da rede hoteleira.

Para Beni (2001), é importante fazer investimento em estrutura, no atendimento e na qualificação profissional. São estas as primeiras coisas que um turista observa em um hotel, ele vai se divertir, em algum momento, precisar descansar, daí está a importância de um bom serviço, nada é mais desagradável quanto uma cama ruim, chuveiro com água fria, entre outros defeitos. Para que os hóspedes continuem voltando à cidade e ao hotel e indiquem o destino e a hospedagem para outras pessoas, é necessário um bom acolhimento ao turista.

O conceito de hospitalidade está relacionado com os ramos do turismo e hotelaria que busca gerar o pleno conforto dos seus clientes e hóspedes. Neste tópico será apresentado os tipos de hospedagens existentes que são os pilares essenciais da hospitalidade.

Os atos hospitaleiros nada mais são que responsabilidade e atitudes que o hotel tem como seus hóspedes na geração da hospitalidade, assim, Telfer (2004) diz que o antifrião assume total responsabilidade sobre o hóspede, não apenas no que diz respeito à sua felicidade como, também, no que tange a sua segurança.

Para Castelli (2010, p. 52)

a hospitalidade consiste na ação voluntária, em praticar os atos de receber,

hospedar, alimentar, entreter e despedir-se do visitante, mediante a vivência de atitudes hospitaleiras e a disponibilização de ambiente apropriadas, em diferentes espaços sociais, sendo que estes atos hospitaleiros são gerados por todo o hotel através de manifestações tangíveis e intangíveis.

Segundo Lashley (2004), em suas reflexões sobre a hospitalidade comercial diz que pode ser calculista, ou seja, visa apenas o lucro, ou pode se alinhar á hospitalidade doméstica, desde que haja um treinamento dos prestadores de serviço, baseado nos princípios de bem-estar, segurança e satisfação do hóspede.

A hospitalidade comercial abrange não só as relações entre clientes e prestador de serviço, mas também a inter-relação entre os clientes internos (funcionários) e clientes externas (hóspedes). Considerando que a hospitalidade exercida no setor hoteleiro é visto como um instrumento de diferenciação e eficiência na qualidade dos serviços, entende-se, portanto, que esta deveria ser uma prática oferecida tanto para os hóspedes, como para os funcionários, se os colaboradores se sentem acolhidas, se são tratados com cordialidade e respeito, certamente reproduzirão este comportamento com os clientes que vierem a se hospedar no hotel (KOBAYASHI 2008).

Dessa forma, a hospitalidade poderia ser trabalhada no primeiro momento com os gestores e sequencialmente com os demais funcionários, fazendo com que esta prática faça parte da cultura organizacional da empresa (PIROLO E TORRES, 2012).

Nessa ótica, os getores em hotelaria precisam desenvolver competências profissionais associados á capacidade de trabalhar em equipe, no desenvolvimento de estratégias competitivas, pautadas no planejamento, empreendedorismo, domínio técnico, visão do negócio, foco no resultado, sem se esquecer dos aspectos comportamentais, sociais e culturais (PANTUFFI E ALVES, 2012).

Nota-se que as competências profissionais são geridas de modo desconectado da realidade, pelo contrário, estão em permanente processo de formação e desenvolvimento dado o caráter contextual das competências, o que implica no esforço de variadas atores com vista a tal fim (PAIVA, 2007).

Castelli (2010), apresenta os seguintes conceitos dos diferentes meios de hospedagens:

Hotel - é um estabelecimento comercial que disponibiliza para estadia do hóspede, unidade ou quartos individuais, acompanhado de serviços como recepção, serviço de quarto, café da manhã, entre outros que variam de acordo com o tamanho da categoria do hotel.

Pousada - é um estabelecimento comercial que disponibiliza para estadia quartos individuais, chalés ou bangalós. Este assim como hotel, oferece serviços básicos de acomodação, como café da manhã e serviço de quarto e outros que variam de acordo com o

tamanho da pousada. Este modelo de hospedagem pode chegar até no máximo 3 andares, e se diferencia por oferecer uma estadia intimista e familiar.

Resort - nada mais é, que um hotel, comercial, que além dos serviços básicos de acomodação, oferece também uma infraestrutura completa de lazer e entretenimento. Em sua grande maioria, disponibiliza serviços de alimentação completa, spa, academia, piscina quente e fria, recreação, trilhas e outras atividades em meio a natureza. Para um meio de hospedagem ser considerado resort, é preciso oferecer todo tipo de serviço necessário para que o hóspede seja atendido como um todo, sem precisar sair de suas mediações.

Hotel fazenda - também se assemelha ao hotel comercial, porém a diferença, como o próprio nome sugere, está em sua localização. Este se encontra em área rural, em meio a natureza, e se caracteriza por oferecer, além dos serviços básicos de acomodação alimentação, entretenimento e vivência no campo. Trilhas, passeio a cavalo, açudes para alimentar peixes, galinhas, pássaros, coelhos, entre outros animais, são atividades típicas oferecidas por esse meio de hospedagem.

Hotel ou albergue - hotel é um estabelecimento comercial que oferece estadia, na sua grande maioria, em quartos compartilhadas, Por este motivo, o valor da diária se torna mais em conta, atraindo principalmente viajantes mais jovens, ou podemos dizer, da geração milleniais.

Hotel histórico - é um estabelecimento comercial assim como os demais, também oferece os serviços de acomodação e alimentação, porém, o que caracteriza este meio de hospedagem, é que este é instalado em uma construção histórica original ou restaurada. É considerado histórico, é um hotel que tenha sido palco de fatos culturais ou reconhecido como patrimônio histórico ou cultural, seja por meio formal, reconhecido pelo Estado brasileiro, ou informal, com base no reconhecimento popular da sociedade.

Flat ou apart-hotel - é um estabelecimento comercial semelhante a um apartamento, mas que possui as comodidades de um hotel disponibiliza ao hóspedes um quarto com banheiro, sala, cozinha e área de serviço, recepção e camareira, limpeza de quarto. Este meio de hospedagem é muito escolhido por aqueles que precisam se hospedar em um determinado local por um período mais longo.

Pensão - é um estabelecimento comercial que oferece moradia, em quartos compartilhados ou não, a moradores da região, este modelo de hospedagem é utilizado por estudantes.

Bed and breakfast ou cama e café - o modelo Bed and breakfast ou em português cama e café, é um estabelecimento residencial, no qual seus proprietários oferecem ao

hóspedes um quarto para estadia, acompanhado de café da manhã, em troca de um valor determinado. Este modelo de hospedagem compartilhado ganhou força nos últimos anos, principalmente com a propagação do aplicativo Airbnb.

Para que os meios de hospedagens tenham o sucesso esperado, é necessário investir no atendimento como na chegada dos hóspedes, treinar os profissionais no bom atendimento, como chamar o hóspede pelo nome, perguntar-o de que maneira o serviço pode ser eficiente, sorrir de maneira natural, fazer uma saudação padrão, em caso de problemas é importante que os funcionários mantenha uma postura de compreensão. Um bom atendimento nos primeiros contatos com os hóspedes passa segurança de que eles vão ter um serviço de qualidade naquele hotel.

3. METODOLOGIA

Nessa seção, serão apresentados os elementos acerca da metodologia de trabalho escolhida para alcançar o resultado do estudo. Sendo assim, entende-se como fundamental esta etapa da pesquisa, como bem lembra Gerhardt e Silveira (2009), é na metodologia que se mostra os caminhos a serem percorridos ao se realizar um estudo ou pesquisa.

A pesquisa ora realizada caracteriza-se por possuir uma abordagem qualitativa, em que se busca compreender o ambiente, o contexto, a relação do pesquisador com o objeto da pesquisa, e assim delinear um resultado pautado no conhecimento e na experiência. Ao analisar a pesquisa de abordagem qualitativa, Prodanov e Freitas (2013), descrevem como sendo uma pesquisa em que há uma intensificação do trabalho de campo e não há manipulação internacional do pesquisador com as questões levantadas.

Em relação ao tipo do estudo, este se define como sendo de natureza descritiva. Para Gil (2008), esse tipo de pesquisa tem como objetivo descrever as características de uma determinada população em geral. Dessa forma, os procedimentos adotados privilegiam a análise dos dados levantados.

Foram aplicados questionários resultantes com análise estatística para agrupamentos de dados, números, quantidades, procurando elucidar a lógica interna desses discursos e as contradições, a fim de acessar a construção do pensamento lógico dos gestores públicos e privados do turismo para as questões que dizem respeito às suas interações e comportamento resiliente.

Por se tratar da análise de uma pesquisa social, em que a realidade vivenciada por um grupo, as suas aspirações e subjetividades são indispensáveis para se chegar a resultados que

reflitam a veracidade do que se pesquisa, e que justifica a utilização da pesquisa qualitativa (PRADANOV e FREITAS, 2013).

A pesquisa teve como objeto de estudo os hotéis filiados a Associação Brasileira de Indústria de Hotéis – Secção Sergipe (ABIH) (ABIH, 2021). De acordo com o site da ABIH existem 36 (trinta e seis) meios de hospedagem associados, e destes, 26 (vinte e seis) estão localizados na Praia de Atalaia em Aracaju/SE. No total, foram respondidos 15 questionários, os quais correspondem a 57,7% do total, correspondentes à amostra da pesquisa.

Por conta da Pandemia do Covid 19, a coleta de dados se deu por meio de aplicação de questionamentos *online* (Google Formulário) aos gestores dos meios de hospedagens, e ainda, através de email ou ligação. Destaca-se que, a avaliação os dados coletados, foi por meio de tratamento e análise de dados, e para as perguntas fechadas contidas no questionários para hotéis a análise foi quantitativa, por meio de programas de *softwares*, resultanto na tabulação de dados de números, porcentagem.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 HOSPITALIDADE NOS MEIOS DE HOSPEDAGENS NA ORLA DE ATALAIA/ARACAJU/SE

A Orla de Atalaia é a primeira escolha de quase todos os turistas quando buscam um lugar para se hospedar em Aracaju-SE. Na Orla as opções de hotéis e pousadas estão a beira mar, onde o turista encontra hospedagem para os mais variados perfis (Figura 1, 2).

Figura 1: Orla de Atalaia – Aracaju/SE

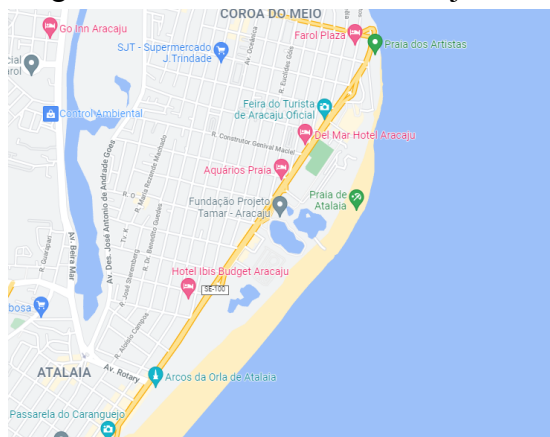


Imagem do Google maps, 2021.

Figura 2: Orla de Atalaia – Aracaju/SE



Imagem do Google maps, 2021.

O bairro conta com uma localização privilegiada, com o litoral a pouquíssimos metros, restaurantes e outros estabelecimentos essenciais para o dia a dia do turista. Além disso, muitas das atrações turísticas de Aracaju ficam ali. O turista hospedado no bairro consegue fazer a visita a pé. A Atalaia é reconhecida como o melhor bairro para ficar hospedado em Aracaju (Figuras 2, 3, 4, 5 e 6).

Figuras 2, 3, 4, 5 e 6 – Infraestruturas para hospitalidade de hotéis da Atalaia



Fonte: Sites dos hotéis, 2021.

Para desenvolvimento deste trabalho foi realizada uma pesquisa de natureza qualitativa e de caráter exploratório. Ao todo, foi aplicado um questionário estruturado com 15 perguntas, no período de agosto de 2021. As perguntas foram desenvolvidas no intuito de

extrair informações que sustentem os objetivos deste estudo.

No geral foram 15 hotéis entrevistados, sendo eles: Hotel Real Classic, Hotel Del Mar, Tropical Praia Hotel, Real Praia Hotel, Araras Praia Hotel, Sandrin Praia Hotel, Hotel Requite, Beira Mar Hotel, Via Mar Praia Hotel, Pousada Oceânica, Hotel Praia e Mar, Hotel Ibis Budget, Celi Hotel Aracaju, Hotel Sesc e Nascimento Praia Hotel.

Mesmo com o envio do formulário eletrônico, foi necessário realizar visitas a alguns meios de hospedagem para garantir a qualidade da amostra. Em relação a escolha dos respondentes, não houve critério. No mês em que a pesquisa foi realizada, na maioria dos hotéis, foram os recepcionistas que responderam, visto que apenas dois gerentes responderam os questionários. Analisando as respostas, verificou-se que a maior parte dos respondentes estão na faixa etária de 25 a 30 e de 40 a 55 anos, composta por mulheres e homens.

De acordo com as respostas dos entrevistados, foi constatado que dentre os 15 hotéis, 13 fornecem cursos de capacitação e treinamento, ou seja, 86,5% dos meios de hospedagem oferecem cursos de capacitação para os seus funcionários.

No que diz respeito às estratégias para a qualidade do bom atendimento, segundo os entrevistados, as mais utilizadas para atrair os hóspedes foram:

- Bom café da manhã;
- Bom atendimento receptivo;
- Marketing indireto (operadoras, redes sociais, site de reservas.);
- Canais de vendas, pesquisa de divulgação;
- Utilização de canais para ouvir a opinião dos hóspedes;
- Cuidados necessários para que os hóspedes sintam-se em casa.

Em contrapartida, 3 hotéis relataram que no quesito café da manhã é um tanto falho, pois já houve uma grande porcentagem de reclamações da clientela.

Quanto a acessibilidade, percebeu-se que todos os 15 hotéis visitados oferecem rampa na entrada, nos restaurantes, apenas 3 hotéis na área de lazer, além de possuírem quartos adaptados, com a presença de corrimãos, assim, facilitando ainda mais a vida da pessoa com deficiência (PCD), como também das pessoas com mobilidade reduzida.

Identificou-se porém os pontos que devem ser melhorados: dos 15 hotéis somente 4 oferecem sinalização sonora nos elevadores, as rampas há ausência de corrimão, os balcões são carentes de uma região rebaixada para atender os cadeirantes, pessoas com baixa estatura e até mesmo crianças.

Cabe ressaltar que no Brasil, as estatísticas de pessoas com deficiência são grandes.

Segundo dado colhido do IBGE, junto ao Ministério da Saúde, em agosto de 2015 – 6,2% de toda população brasileira possui algum tipo de deficiência. Ou seja, a cada 100 pessoas, 6 possuem deficiência em algo. Cada tipo de deficiência exigirá uma providência apropriada. Portanto, ou o hotel se aprimora, ou acabará perdendo clientes para concorrentes que já se adaptaram a essa realidade.

O turismo é um bem, social que não faz escolha de pessoas ou grupos. É por isso que, hoje, mais que nunca os hotéis e pousadas estejam preparados para recepcionar todos, sejam eles, portadores de deficiência ou não.

Quanto às mudanças ocorridas por causa da pandemia do Covid 19, conforme as entrevistas realizadas, verificou-se que todos os hotéis atendem as normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde. Na recepção é disponibilizado álcool em gel, exige-se o uso da máscara de proteção, a higienização nos quartos é constante, os hóspedes recebem orientações para manter o distanciamento no restaurante durante o café da manhã e evitar ao máximo percorrer pelos corredores do hotel minimizando contato com os demais hóspedes, sendo assim, gerando segurança para os mesmos na hora da procura pela hospedagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hospitalidade sempre foi e será a parte integrante do turismo. Desde os primórdios, ser hospitaleiro, receber o turista é oferecer serviços e produtos com qualidade. Envolver um amplo conjunto de estruturas, serviços e atitudes a própria cidade acolhedora que proporcionam o bem estar do visitante, satisfazendo suas necessidades.

No início do trabalho de pesquisa, houve uma preocupação em identificar como os hotéis da Orla de Atalaia Aracaju-Se estão se destacando no que diz a respeito no ato da Hospitalidade e o bem receber. Em prol da elaboração deste trabalho, constatou-se que no objetivo geral foi atendido pois efetivamente a pesquisa conseguiu identificar as estratégias utilizadas atualmente para atrair os turistas, agradá-los e fidelizá-los.

O objetivo específico inicial era averiguar a capacitação dos profissionais de redes hoteleiras. Diante dos resultados notou-se que foi bastante satisfatório.

No segundo objetivo específico, era conhecer a percepção dos gestores hoteleiros quanto as estratégias do bom atendimento, descobriu-se que de forma positiva é aplicado métodos viáveis.

No terceiro objetivo, era identificar quais instalações são existentes no hotel que

proporciona acessibilidade, verificou-se que foi atendido pelo motivo de que a maioria dos hotéis oferecem instalações necessárias para atender o público portadores de deficiência e mobilidade reduzida.

Já no quarto objetivo específico, era de analisar quais mudanças ocorrentes após a vinda da Pandemia/Covid 19, de acordo com as respostas e visitas, identificou-se que o resultado foi atingido efetivamente, pois as redes hoteleiras estão respeitando as normas estabelecidas pelo Ministério da saúde.

Diante da metodologia proposta percebe-se que o trabalho obteve um resultado favorável. Um ponto falho encontrado na pesquisa foi que a maioria dos respondentes foram recepcionistas, alguns dos entrevistados tinham pouco tempo de experiência no hotel, visto que durante a pandemia muitos dos empregados acabaram sendo despedidos, pois os hotéis não tiveram condições necessárias para manter os funcionários antigos.

Em relação a trabalhos futuros, este artigo vai servir como base para um ótimo engajamento acadêmico. O artigo desenvolvido obteve resultados bastante significativos.

REFERÊNCIAS

- ABIH. **Associados**. Disponíveis em <<https://www.abih-se.com.br/associados.html>> Acesso em 13/07/2021.
- BAPTISTA I. Lugares de hospitalidade . In DIAS, C. (ORG) Hospitalidade, reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002. Disponível em <https://ibhe.com.br/o-que-e-hospitalidade/> Acesso 14 de outubro de 2020.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2001.
- CAMPOS, José. R.V. **Introdução ao universo da hospitalidade**. Campinas: Papyrus, 2005.
- CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. 9. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2001. (Coleção Hotelaria).
- DIAS, Célia. M. M. **Hospitalidade: Reflexões e perspectivas**. Barueri: Manole, 2002.
- FERNANDES, Tamires. **A importância da hospitalidade na gastronomia** 2012). Disponível em <<http://hotelaria-tur.blogspot.com/2012/03/importancia-da-hospitalidade-na.html>>. Acesso em 06 de julho de 2021.
- GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. Métodos de pesquisa. 01. ed. Porto alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em <https://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/3063/1/Cristiano%20Ovidio%20da%20Silveira.pdf> (Acesso em 16 de novembro de 2020).

GIL, A. C. (2008), Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas. Disponível em

https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/24677/1/SinthyaPinheiroCosta_TESE.pdf (Acesso em 17 de novembro de 2020).

GOELDNER, Charles R.; MC INTOSH, Robert W.; RITCHIE, J. R. Brent. Turismo: Princípios, Práticas e Filosofias. Porto Alegre: Bookman, 2002. Disponível em <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt8-o-papel.pdf> Acesso em 27 de outubro de 2020.

GOMES, Laura Graziela. Comércio étnico em Belleville. Revista Estudos Históricos - Faculdade Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, n. 29, 2002. Disponível em https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT14-7.pdf Acesso em 29 de outubro de 2020.

GRINOVER, L. Hospitalidade e qualidade de vida. In: DENCKER; BUENO (Orgs.). Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. Disponível em https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT14-7.pdf Acesso em 29 de outubro de 2020.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri: Manole, 2004.

LEWIS, Robert C. CHAMBERS, Richard E. Leadership Marketing Hospitality 3 ed. EUA: Ed. John Wiley and Sons Inc., 2000. Disponível em <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/10.pdf> (Acesso em 2 de novembro de 2020.)

LOOCWOOD, A.; MEDLIK S. (Org). **Turismo e hospitalidade no século XXI**. Tradução Eliana Keeling, John Keeling. Barueri: Manole, 2003.

MONTANDON. Alain. O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. Tradução de Marcos Bagno e Lea Zylberlicht. São Paulo: Editora Senac, 2011. Disponível em https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/16570/1/2014_GeruzaAlineErig.pdf Acesso em 18 de outubro de 2020.

MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri: Manoel, 2004. Disponível em <https://habilisexpertise.com.br/atos-de-hospitalidade-como-ferramenta-de-gestao/> (Acesso em 5 de novembro de 2020).

PANTUFFI, C. M. & Alves, R. A. (2012). Bacharelado em Hotelaria: pequenas recordações que constroem sua trajetória. Anais do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil – FOHB,

Senac, São Paulo. Disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743882011.pdf> (Acesso em 10 de novembro de 2020.)

PAIVA, K. C. M. (2007). Gestão de competências e a profissão docente um estudo de caso em universidades no Estado de Minas Gerais (Tese de Doutorado em Administração, Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007).

PIROLO, M. C. F., & Torres, R. G. (2012). Hospitalidade na Hotelaria de São Paulo (Brasil): a percepção de camareiras cooperadas. Turismo & Sociedade. Curitiba, 5(2), 507-526. Disponível em <https://www.redalyc.org/journal/2610/261056061006/html/> (Acesso em 7 de novembro de 2020.)

PLENTZ, Renata S. O papel da hospitalidade na busca de um outro turismo. Disponível em <<https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt8-o-papel.pdf>> Acesso em 06 julho de 2021.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo e qualidade, tendências contemporâneas**. São Paulo: Papirus, 1999.

Disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743882011.pdf> (Acesso em 10 de novembro de 2020).

PRODANOV, C. C.; Freitas, E. C. (2013). Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. Ed. Novo Hamburgo: Feevale. Disponível em https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/24677/1/SinthyaPinheiroCosta_TESE.pdf (Acesso em 25 de novembro de 2020).

REJOWSKI, Mirian (org). Turismo no Percurso do tempo. São Paulo: Aleph, 2002. Disponível em <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt8-o-papel.pdf> Acesso em 27 de outubro de 2020.

SWARBROOKES, John. HORNER, Susan. O comportamento do consumidor no turismo. São Paulo: Editora Aleph, 2002. Disponível em <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/10.pdf> Acesso em 2 de novembro de 2020.

TELFER, Elizabeth. A filosofia da qualidade da hospitalidade. In: LASHLEY, C.; KOBAYASHI, T. M. T. (2008). Endomarketing como ferramenta para a implantação da hospitalidade na hotelaria. Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo, 3(4), Dez.. Disponível em <https://www.redalyc.org/journal/2610/261056061006/html/> (Acesso em 7 de novembro de 2020.)

<https://docplayer.com.br/185370-A-hospitalidade-no-turismo-o-bem-receber.html> Acesso em 15 de junho de 2021.

<https://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/Hospitalidade-Turismo-e-Gastronomia/59403492.html> Acesso em 27 de junho de 2021.

<https://rgvhotelaria.com.br/investimento/hotelaria-como-alavanca-para-o-desenvolvimento-economico-local-e-regional/> Acesso em 28 de junho de 2021.

<https://www.significados.com.br/hospitalidade/> Acesso em 8 de julho de 2021.

<https://bitzsoftwares.com.br/os-impactos-da-pandemia-de-coronavirus-no-setor-hoteleiro/> Acesso em 17 de julho de 2021.

<https://vidacigana.com/onde-ficar-em-aracaju/#:~:text=1.->

[,Orla%20de%20Atalaia,para%20os%20mais%20variados%20perfis.](https://vidacigana.com/onde-ficar-em-aracaju/#:~:text=1.-) Acesso em 20 de julho de 2021.

<https://vidacigana.com/onde-ficar-em-aracaju/> Acesso em 20 de julho de 2021.

<https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt8-o-papel.pdf> Acesso em 8 de agosto de 2021.

Apêndice 1

QUESTIONÁRIO APLICADO NOS HOTÉIS

1. Quanto anos de existência tem o hotel?
2. Quais os setores do hotel?
3. Quais os meses que o hotel recebe mais hóspedes?
4. De onde vem a maioria dos hóspedes?
5. Quais as estratégias utilizadas pelo hotel para recebimento dos hóspedes?
6. Quais os canais utilizados pelo hotel para ouvir a opinião dos hóspedes?
7. Como os hóspedes têm avaliado o serviço de café da manhã?
8. Qual a importância de manter o nível de satisfação do hóspede?
9. O hotel tem algum atendimento diferenciado ou infraestrutura para pessoas com deficiência?
10. Você acha muito importante facilitar a vida das pessoas com deficiência?
11. Quais estratégias vocês utilizam para conquistar mais hóspedes/turistas?
12. O hotel oferece cursos de capacitação para os funcionários que reflitam na melhoria do atendimento?
13. No hotel, quais os cuidados essenciais com os hóspedes durante a pandemia?
14. É seguro ficar hospedado em um hotel durante a crise do coronavírus?
15. Qual o maior impacto do Coronavírus no hotel?