



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB**  
**FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIENCIAS SOCIAIS – FATECS**  
**CURSO DE TURISMO**

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS HÓSPEDES EM RELAÇÃO AOS SERVIÇOS**  
**APRESENTADOS PELA RECEPÇÃO:**  
**UMA ABORDAGEM NO HOTEL SONESTA BRASÍLIA**

**LEANDRO PIMENTEL LOPES**

**2043682/3**

**Brasília-DF,**  
**Junho de 2009**

**LEANDRO PIMENTEL LOPES**

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS HÓSPEDES EM RELAÇÃO AOS SERVIÇOS  
APRESENTADOS PELA RECEPÇÃO:  
UMA ABORDAGEM NO HOTEL SONESTA BRASÍLIA**

Monografia apresentada como requisito  
para a obtenção do grau de Bacharel  
em Turismo do UniCEUB – Centro  
Universitário de Brasília.

Prof. Orientador: Luiz Daniel Muniz  
Junqueira

Brasília-DF,  
junho de 2009

**LEANDRO PIMENTEL LOPES**

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS HÓSPEDES EM RELAÇÃO AOS SERVIÇOS  
APRESENTADOS PELA RECEPÇÃO:  
UMA ABORDAGEM NO HOTEL SONESTA BRASÍLIA**

**Banca Examinadora**

---

Prof.  
Orientador

---

Prof.  
Examinador

---

Prof.  
Examinador

Brasília-DF, junho de 2009

*Dedico este trabalho à minha namorada e minha mãe por se constituírem diferentemente enquanto pessoas, admiráveis em essência, estímulos que me impulsionaram a buscar vida nova a cada dia, meus agradecimentos por terem aceito se privar de minha companhia pelos estudos, concedendo a mim a oportunidade de me realizar ainda mais.*

*“Quando se está aprendendo, o professor atua apenas como uma agulha; o aluno é a linha. Como seu mentor, posso ajudá-lo, apontando-lhe a direção correta. Mas, como a agulha da linha, devo me separar de você no fim, porque a força, a fibra e a capacidade de juntar todas as partes devem ser suas.”*  
(SECRETAN, Lance H. K. Os Passos do tigre)

## **RESUMO**

O turismo mundial vem crescendo gradativa e rapidamente e juntamente com isto, detecta-se o crescimento e evolução da área hoteleira. Os serviços de hotelaria caracterizam-se como importantes estruturas de apoio à prática turística. Seu papel no contexto turístico representa algo mais do que simples hospedagem. Hoje, procura-se qualidade, eficácia, eficiência e glamour no atendimento de hotéis. A qualidade de serviços relaciona-se à satisfação de clientes, à melhoria contínua de operações e ao treinamento dos colaboradores. O primeiro contato do hóspede com o hotel, sua qualidade e peculiaridades iniciam-se na recepção que, para transmitir uma boa imagem, deve atender às expectativas do hóspede, fornecer um atendimento rápido e eficaz, além de apresentar clareza e confiança nas informações fornecidas a seus clientes e hóspedes. O presente trabalho se propõe a analisar e compreender a avaliação realizada pelos hóspedes do hotel Sonesta – Brasília nos aspectos pertinentes aos serviços proporcionados pela recepção.

### **Palavras-chave:**

- |                       |              |             |                  |
|-----------------------|--------------|-------------|------------------|
| 1. Recepção hoteleira | 2. Qualidade | 3. Serviços | 4. Hotel Sonesta |
|-----------------------|--------------|-------------|------------------|

## SUMÁRIO

|                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>RESUMO.....</b>                                                                  | <b>vi</b> |
| <b>1. INTRODUÇÃO.....</b>                                                           | <b>8</b>  |
| 1.1. Objetivo geral .....                                                           | 9         |
| 1.2. Objetivos específicos .....                                                    | 9         |
| 1.3. Metodologia.....                                                               | 9         |
| <b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>                                                | <b>13</b> |
| 2.1 Definições a respeito da hotelaria .....                                        | 13        |
| 2.2 Estrutura Organizacional Hoteleira .....                                        | 16        |
| 2.3 Recepção hoteleira: uma breve definição .....                                   | 17        |
| 2.4 O profissional da recepção.....                                                 | 19        |
| 2.5 Prestação de Serviços: conceitos e definições .....                             | 22        |
| 2.6 Qualidade na prestação dos serviços .....                                       | 24        |
| <b>3 ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS HÓSPEDES DO HOTEL SONESTA DE<br/>BRASÍLIA/DF.....</b> | <b>26</b> |
| <b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                                  | <b>32</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                                             | <b>34</b> |
| <b>APÊNDICE .....</b>                                                               | <b>35</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

O desempenho com qualidade das prestações dos serviços hoteleiros é condição determinante do sucesso empresarial, sobretudo no contexto atual onde a concorrência se torna cada vez mais exigente. A movimentação de grandes montantes de recursos financeiros tornam a atividade turística um importante fator de desenvolvimento econômico e também sócio cultural (LAMPRECHT, 2001).

No contexto turístico global, observa-se uma importância cada vez maior dos meios de hospedagem como um fator significativo na avaliação geral do destino turístico visitado.

A qualidade deve estar centrada em aspectos ligados ao consumidor do produto turístico, a fim de saber se suas percepções são positivas e de acordo com os objetivos anteriormente traçados (LAMPRECHT, 2001).

O cliente, sendo uma pessoa que busca adquirir bens ou serviços para atender suas necessidades, gosta de ser tratado como único, e por este motivo não basta simplesmente atender suas necessidades, mas sim seduzi-lo, pois o cliente bem atendido não poupa esforços para retornar ao hotel. Sendo assim atender às necessidades do cliente figura como grande desafio para os gerentes atuais.

Este trabalho teve como proposta analisar e compreender a avaliação realizada pelos hóspedes do Grupo Sonesta – Brasília, nos aspectos pertinentes à qualidade dos serviços proporcionados pela recepção, primeiro espaço de interação direta do cliente com o hotel.

Se a qualidade dos serviços prestados pela recepção do hotel não for satisfatória ou agradar o hóspede, este terá uma imagem negativa da instituição como um todo e, possivelmente, não voltará a se hospedar em tal local.

O hotel Sonesta Brasília iniciou suas atividades na capital em agosto de 2006 e desde o início de sua existência visa se destacar por meio da excelência nos serviços prestados (SONESTA, 2009).

Dessa forma, pretende-se investigar a questão da qualidade baseada no seguinte problema de pesquisa proposto de acordo com as informações levantadas:

**Qual a percepção dos hóspedes em relação ao atendimento oferecido pela recepção do hotel Sonesta de Brasília?**

A importância da pesquisa realizada com os hóspedes do hotel Sonesta se da na necessidade de avaliar e analisar a opinião deste em relação à prestação de serviços e atendimento fornecido pela recepção identificando se este é satisfatório ou não. Secundariamente, foi analisado se isto influencia ou não no retorno deste hóspede ao hotel em viagens ou oportunidades futuras.

Portanto, pesquisas voltadas para a satisfação dos hóspedes, ou clientes no turismo, são importantes para que as empresas características dessa atividade possam propor melhorias para superar as expectativas dos clientes, fidelizando estes aos seus estabelecimentos.

### **1.1. Objetivo geral**

- Analisar a percepção dos hóspedes em relação aos serviços prestados pela recepção do hotel Sonesta Brasília.

### **1.2. Objetivos específicos**

- Descrever os serviços oferecidos pela recepção;
- Estudar a qualidade dos serviços prestados pela recepção ao hóspede;
- Levantar a opinião dos clientes, acerca dos serviços oferecidos pela recepção do hotel.

### **1.3. Metodologia**

Para o levantamento metodológico, realização e elaboração do trabalho, foram levados em consideração diversos meios de pesquisas, visando reunir o maior número de informações, opiniões e posicionamentos a respeito do tema estudado.

A abordagem quantitativa foi inserida no trabalho visando a aplicação de um questionário (pesquisa) para avaliar o principal foco do estudo, ou seja, a qualidade nos serviços da recepção do hotel Sonesta.

Este método é adequado para apurar opiniões e atitudes explícitas e conscientes dos entrevistados através de questionários, segundo GIL (2002, p. 59). Seu objetivo é mensurar e permitir o teste de hipóteses, já que os resultados são mais concretos e, conseqüentemente, menos passíveis de erros de interpretação. Em muitos casos geram índices que podem ser comparados ao longo do tempo, permitindo traçar um histórico da informação (Borras, Guerra, Rinaldi, 2006).

Este tipo de abordagem tem como principal objetivo descobrir quantas pessoas ou grupo de pessoas que compartilham características, opiniões ou preferências similares. Sua análise apresenta os dados em percentuais e pode ser usadas para medir opiniões, atitudes e preferências como comportamentos (Borras, Guerra, Rinaldi, 2006).

A pesquisa visa analisar a percepção dos hóspedes do hotel Sonesta Brasília em relação aos serviços prestados pela recepção, tais como a cordialidade dos atendentes, as informações fornecidas por estes atendentes, a aparência física dos membros da recepção e se, ao final, esses hóspedes voltaria a se hospedar no hotel.

Para atingir o objetivo projetado para este trabalho, esta pesquisa é de extrema importância. Este seria o modo mais adequado para confirmar e certificar tudo o que foi exposto no embasamento teórico levantado pela pesquisa bibliográfica. Conhecer a opinião dos hóspedes sobre os serviços prestados pela recepção é o tema central e o ponto chave para este trabalho acadêmico.

A técnica de pesquisa bibliográfica foi de extrema importância para fundamentar toda a teoria desenvolvida por meio do material exposto. Segundo Lakatos (2001, p.183), este método de pesquisa é também conhecido como “fonte secundária e trata-se de todos os livros, jornais, revistas, publicações, boletins, pesquisas, monografias, teses já tornados públicos”.

Complementando, Lakatos (2001, p. 183) considera que a finalidade da pesquisa bibliográfica é “estabelecer um contato direto com o pesquisador e tudo aquilo que já foi mencionado, publicado ou gravado sobre o assunto em questão e a ser pesquisado”. Esta pesquisa não deverá ser meramente uma repetição de conceitos ou colocações anteriormente feita por outros autores, mas proporciona uma análise do tema sob nova perspectiva óptica na recepção do hotel Sonesta.

Lakatos (2001) descreve, ainda, os diferentes tipos e fontes bibliográficas a serem levadas em consideração na adoção de tal método. Cada uma possui suas

particularidades e direcionamentos. Para este estudo, as fontes serão baseadas em livros de hotelaria e conceitos de qualidade.

Este trabalho é composto por etapas tais como realização de pesquisa bibliográfica sobre o tema em análise, estabelecer um modelo teórico inicial de referência, determinação das técnicas a serem utilizadas na coleta de dados e na determinação da amostra e, por último, estabelecimento das técnicas que serão utilizadas para de registros dos dados coletados e como será feita a análise dos mesmos.

Durante o desenvolvimento do trabalho foi utilizado a observação direta intensiva que, segundo Lakatos (2001), divide-se em dois subitens, a observação e a entrevista.

A observação foi o item usado, e este denominou-se como uma técnica de coleta de dados que visa conseguir informações e para tal utiliza os sentidos (do pesquisador) na obtenção de determinados aspectos da realidade. Lakatos (2001, p.190) lembra que “não se trata de apenas ver e ouvir e sim de examinar fatos como acontecem naturalmente”. Portanto, o pesquisador analisará os fatos conforme eles se apresentarão na percepção das variáveis levantadas.

Para Lakatos (2001, p. 191) a observação proporciona a “identificação e obtenção de provas a respeito dos objetivos de pesquisa previamente definidos e aos quais os indivíduos não têm consciência, mas orientam seu comportamento”. Além de todos os pontos citados, dentre os mais importantes está a questão de propiciar ao pesquisador um contato direto com a realidade.

O local escolhido para a aplicação da pesquisa foi o hotel Sonesta Brasília por ser, além do local objeto do estudo deste trabalho acadêmico, um hotel que se encaixa em todas as características analisadas na pesquisa bibliográfica.

A pesquisa foi aplicada entre o período de 20 de maio a 3 de junho de 2009. Os questionários foram deixados a disposição dos pesquisados na recepção do hotel por todo o seu horário de funcionamento (24 horas por dia). A pesquisa foi aplicada a 70 entrevistados, homens e mulheres de idades variadas, todos freqüentadores ou hóspedes do hotel, entre o período mencionado anteriormente.

A pesquisa foi disponibilizada na recepção, o hóspede a respondia espontaneamente na hora de seu *check-out*. O principal objetivo desta análise foi avaliar a qualidade dos serviços prestados pela recepção e a satisfação do hóspede em relação ao atendimento fornecido pela recepção do hotel Sonesta Brasília.

A duração do preenchimento feito pela pessoa avaliada foi curta, atingindo uma média de menos de 1 minuto e meio para a finalização das considerações feita pelo participante da pesquisa.

A maioria dos respondentes eram executivos que se hospedaram no hotel por finalidade de negócios, com isso em vista, uma dificuldade presente na aplicação do questionário foi a falta de tempo dessas pessoas para o devido preenchimento da pesquisa.

O método de análise e exposição dos dados da pesquisa aplicada neste trabalho acadêmico foi feita por meio de porcentagem e demonstrações em gráficos. Estes foram escolhidos para um melhor e mais real entendimento daqueles que se utilizarão desta pesquisa.

Durante o decorrer do trabalho, foi feita, primeiramente, uma análise bibliográfica, levantando todo o aparato teórico necessário para o melhor e mais profundo entendimento dos assuntos abordados, questões levantadas e pesquisa aplicada a hóspedes do hotel Sonesta Brasília.

Com a fundamentação teórica exposta, foram abordados temas tais como o profissional da recepção, a importância da recepção na formação de opinião do hóspede em relação ao hotel, características estéticas do recepcionista e da própria recepção e a qualidade dos serviços prestados por este setor. Desenvolveu-se e aplicou-se um questionário visando conhecer a opinião sobre o hóspede em relação a toda a fundamentação levantada.

Este trabalho teve como principal objetivo analisar a percepção do hóspede em relação aos serviços prestados pela recepção, analisar o primeiro contato do hóspede com o hotel (na recepção) e averiguar como isto irá influenciar em sua opinião final sobre o estabelecimento em questão.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Definições a respeito da hotelaria

Pela percepção de Vieira e Cândido (2002, p.16) podemos definir um hotel como “um meio de hospedagem convencional e comum, regularmente localizado em áreas urbanas e destinam-se a atender turistas, estejam esses em viagens de lazer ou negócios”.

O Sonesta Brasília se encaixa nessa percepção por estar situado em uma área urbana, sendo ele um hotel business voltado mais para área de negócios. Esta área é caracterizada pelo alto número de hotéis concorrentes, setores comerciais próximos e também por estar na parte central de Brasília. Se caracteriza por um hotel business por sua ocupação ser maior no período de semana e esvaziar nos finais de semana.

O setor hoteleiro passou por inúmeras mudanças ao longo do tempo. Acompanhando a economia, a evolução da sociedade, as mudanças culturais e a globalização, este setor seguiu os passos da evolução e também apresentou uma série de mudanças significativas (VALLEN, 2003).

Segundo Vallen (2003, p. 28), o setor hoteleiro consiste em um “empreendimento comum em todo o mundo, representa, hoje, um dos maiores e mais significantes setores do mundo, trata-se de um amplo negócio internacional e infinitamente lucrativo”. Para países em desenvolvimento, os hotéis simbolizam uma importante ferramenta na economia local, além de ser peça importante e essencial no turismo mundial. O setor de hospedagem cumpriu um importante papel no desenvolvimento histórico do comércio, cultura e política.

Vallen (2003, p. 32) cita algumas características do setor hoteleiro, tais como:

A capacidade do patrimônio intelectual (funcionários de modo geral) e mão de obra qualificada em aumentar, significativamente, a taxa diária de ocupação, a rotatividade do hotel e a maximização dos lucros, marketing de vendas, diferentes padrões (hotéis executivos, hotéis residenciais, hotéis resort) de serviços e grande oferta disponível no mercado.

O Sonesta Brasília, um hotel voltado para área de negócios, não tem dificuldades em obter sua ocupação máxima nos dias úteis, uma vez que durante

esses dias sua ocupação é total, ou seja, 100%. Um ponto a ser levado em consideração é o baixo índice de ocupação em finais de semana, para isso constata-se uma necessidade de desenvolver promoções e trabalhar o marketing de vendas visando o aumento de sua ocupação neste período.

Conforme Vallen (2003) afirma, atualmente o setor hoteleiro oferece mais de 10 milhões de apartamentos em todo o mundo e representa parte integrante dos negócios globais, as mudanças em ritmo acelerado são características do setor. Vallen constata (2003, p. 54), ainda, que “com o progresso do setor, uma necessidade de segmentar, visando maiores lucros e maior satisfação do hóspede”. A partir daí surgem os hotéis econômicos, hotéis *all-suite* (alta ocupação nos finais de semana, boas taxas de ocupação, bons preços, longas permanências, sessões de treinamento e etc.), hotéis cassino e outros segmentos hoteleiros mais simples. O hotel Sonesta Brasília encaixa-se no conceito de hotel all-suite mas, devido a sua localização e a dinâmica presente em Brasília (capital política e de negócios), a ocupação e período de maior ou total ocupação do hotel se dá nos dias de semana. Finais de semana sua ocupação é baixa e reduzida.

Dentre o setor hoteleiro, existem diversos meios de hospedagem, cada um adaptável com seus habitat e a área onde se encontra constituído. No Brasil, em específico, contatamos cinco meios centrais de hospedagem, segundo Vieira e Cândido (2002, p.16):

- **Hotel:** edificação que, mediante o pagamento de diárias oferece alojamento à clientela indiscriminada. Trata-se de um estabelecimento comercial de hospedagem, que oferece aposentos mobiliados, com banheiro privativo, para ocupação eminentemente temporária, oferecendo serviço completo de alimentação, além dos demais serviços inerentes à atividade hoteleira. O hotel Sonesta Brasília encontra-se categorizado nesta definição, assim como a maioria dos demais hotéis presentes em Brasília. Este segmento hoteleiro é o mais comum de todos, tanto no Brasil como fora, visa a hospedagem turística e comercial (negócios).
- **Hotel Histórico:** meio de hospedagem composto em edificação de valor histórico ou que possui algum significado regional ou patrimonial do local aonde esta presente. Normalmente, tal construção é sujeita a restrições arquitetônicas e construtivas. No Brasil podemos constatar que este segmento hoteleiro é de

grande peso e encontra-se presente em cidades como Ouro Preto e demais cidades históricas da rota mineira.

- **Hotel de Lazer:** meio localizado afastado de centros urbanos. Possui áreas amplas e estrutura, aparatos e acessórios totalmente voltados para a recreação e entretenimento, o que é a principal finalidade do hóspede que procura tal meio de hospedagem. Este também é encontrado em grande escala pelo Brasil. Cidades de praias, especialmente localizadas em cidades do nordeste, apresentam alto número de estabelecimentos deste tipo. Esses visam agregar ao local (praias paradisíacas e privilegiadas) um maior conforto e entretenimento para seus hóspedes.
- **Pousada:** meio de hospedagem simples. Essa simplicidade é adotada tanto da estrutura arquitetônica, seus aparatos, instalações e equipamentos. Tal estrutura se dá ao fato do hóspede procurar apenas o necessário, a hospedagem. Este meio de hospedagem é encontrado no Brasil com muita frequência, tanto em grandes centros como em cidades ou vilarejos de menos porte. A pousada apresenta-se como um meio alternativo de hospedagem que oferece boa estrutura, com menos conforto e menor número de aparatos, por um preço reduzido.
- **Resort:** se inclui no Hotel de Lazer (com estrutura de entretenimento e lazer) que, em maioria, está localizado em área de preservação ambiental, distante de grandes centros urbanos, possui área total e não edificada. É superior aos demais meios de hospedagens já mencionados e apresenta condições de classificação nas categorias luxo ou superluxo. No Brasil os resorts apresentam grande crescimento nos últimos anos, sejam estes construídos por grandes investidores internacionais ou por redes de hotéis e resorts renomeadas no Brasil ou no mundo. A procura por este meio de hospedagem também cresce gradativamente, o conforto de estar em um lugar privilegiado, aparado por uma estrutura altamente moderna e completa e dispor de serviços personalizados e de alta qualidade tornou-se um atrativo para brasileiros e estrangeiros.

## 2.2 Estrutura Organizacional Hoteleira

Tão importante quanto a estrutura física, está a estrutura organizacional de um hotel. Vallen (2003, p. 92) enfatiza a importância do capital intelectual, a organização dos diversos setores internos e o trabalho em grupo desses setores, para o sucesso do hotel. No hotel Sonesta Brasília e em toda a rede hoteleira que carrega esta bandeira, a estrutura organizacional interna dá-se de maneira organizada e rígida, visando manter sempre a hierarquia dos cargos e organização interna das funções.

Funções como o *front-office*, atendentes de recepção, o gerenciamento, o setor de reservas, a governança e a segurança fazem parte da estrutura hoteleira. Vallen (2003, p. 92) enfatiza a importância de entender a fundo cada um dos setores e suas inúmeras funções para que se obtenha sucesso na coordenação e gerenciamento de um hotel.

A estrutura organizacional do hotel Sonesta Brasília, segundo constatado em mapa estrutural organizacional cedido pelo setor de recursos humanos e pelos respectivos responsáveis pelo setor deste estabelecimento, se dá do seguinte modo hierárquico:

- Gerente geral: É responsável pelo setor administrativo do hotel.
  - Assistente geral: auxilia e serve como suporte do gerente geral, anotando recados, marcando de reuniões e etc.
- *Controller*: Líder do setor financeiro
  - Subordinados *Controller*: Compra de materiais/estoque, emissão de notas fiscais, recebimento/pagamento de contas.
- Líder de reservas: organiza grupos de hospedagem e elabora procedimento de serviços para seus subordinados.
- Coordenador de hospedagem: responsável por fiscalizar possíveis erros e auxiliar em atendimentos.
- Líder de hospedagem: responsável pelo *front desk* do hotel (recepção em geral).
- Líder de governança: verifica discrepância dos apartamentos e organiza logística de limpeza.
- Agente de hospedagem: recepção/reservas, atendimento ao cliente.

- Mensageiro: auxilia nos serviços de recepção.
- Serviços gerais: responsáveis pela limpeza do hotel como um todo.

No Sonesta Brasília são aplicados treinamentos periódicos para standardizar, padronizar e atualizar os funcionários com relação a prestações de serviços, simpatia e agilidade, exatamente para aumentar a qualidade intelectual dos colaboradores e padronizar procedimentos dos setores, oferecendo assim um serviço mais rápido e preciso para o cliente final. O setor de recursos humanos enfatiza esta prática e providencia tal treinamento, visto que manter o colaborador sempre atualizado e reciclado é de extrema importância para aqueles que trabalham na área de prestação de serviços e que estão em constante contato com o hóspede ou cliente.

O RH do Sonesta Brasília ainda destacam a etapa de treinamento que os novos funcionários recebem antes de exercerem a função que lhe foi designada, e durante seu período de experiência, continuam a receber treinamentos no local de trabalho e direcionado as funções e processos que lhe serão designados. Esses novos funcionários passam períodos de experiência em diversos e diferentes setores do hotel para melhor entender seu funcionamento e para conhecer essas demais funções.

### **2.3 Recepção hoteleira: uma breve definição**

Segundo Vieira e Cândido (2002, p. 53), é o “primeiro contato do cliente / hóspede com o hotel, é sua porta de entrada”. Neste primeiro contato o hóspede forma sua primeira opinião do hotel e seu atendimento e em seu último momento, *check-out*, será onde este hóspede terá sua percepção final e geral de tudo que lhe foi apresentado e fornecido.

Além de representar o ponto inicial do relacionamento com o hóspede, Vieira e Cândido (2002, p. 53) apresentam a recepção como “local onde as importantes decisões são tomadas, onde o pós venda torna-se eficaz e este irá avaliar sua estadia e se este hotel será um ponto comum em suas viagens e jornadas”.

Dentro dos padrões de atendimento da rede hoteleira Sonesta, a recepção exerce importante função neste primeiro contato com o hóspede ou potencial cliente. Todos os profissionais que atual nesta função devem seguir um padrão de

atendimento e sempre oferecer serviços personalizados. O setor de reservas, juntamente com a recepção, trabalha em conjunto desde o momento em que o hóspede entra em contato solicitando uma reserva, até o *check out* deste. O pós-venda é exercido por ambos os setores.

A importância da comunicação com o cliente é um ponto crucial da recepção. Vieira e Cândido (2002, p. 58) ressaltam tal setor por ser o “ponto de convergência do hóspede em busca de informações, orientações e apoio para suas necessidades, seja esta qual for, possui grande peso corporativo”. No hotel Sonesta Brasília os recepcionistas, atendentes e mensageiros são treinados para o devido fornecimento de informações sobre o hotel, informações turísticas da cidade ou qualquer outra informações necessária. Além dos atendentes, existem outros aparatos (material gráfico) que os auxiliam no fornecimento de informações diversas como guias turísticos, culturais, mapas da cidade, informativos diversos e etc.

Para Vieira e Cândido (2002, p. 54):

A parte visual da recepção e seus elementos também prestam importante papel no hotel. A importância de uma recepção bem decorada, iluminada e planejada, com todos os pontos cruciais que constituem uma tradicional área principal e central deste hotel (*hall, lounge, bancada de recepção* chamativa e esteticamente impecável) ajudam e influenciam tanto no visual do hotel como na impressão e na percepção do hóspede. A parte estética da recepção e dos demais setores e cômodos devem seguir uma temática ou padrão (para a melhor identificação e criação de uma identidade visual dentro do hotel).

Geralmente, em redes hoteleiras, isto acontece com frequência. É estabelecido um padrão estético único e este é cumprido por todos os hotéis da rede, visando exatamente isto, a criação de uma identidade visual comum para a rede para que o cliente, ao visualizar o estabelecimento (seja presencialmente, em propagandas ou publicidade), reconheça o local e a marca.

A recepção não é constituída apenas pelos aparatos estéticos e visuais, outros pontos importantes são a presença de folhetos informativos sobre a cidade, sobre determinadas áreas do hotel como, por exemplo, academia, sauna, restaurante e piscina. As taxas de hospedagens e valores, segundo Vieira e Cândido (2002), em alguns casos estão presentes também na recepção, como modo simples e direto de se comunicar com seus hóspedes.

No caso do hotel analisado não é diferente. São oferecidos mapas da cidade, informações sobre restaurante, show, bares e eventos culturais, além de divulgar informações sobre disponibilidades e valores de tarifas para determinados períodos. Essas informações são atualizadas diariamente para maior conforto do hóspedes. Além de conter telefones úteis de hospitais, farmácias, aeroportos, meios de transportes dentre outros serviços que possam ser de utilização do hospede.

Todos esses pontos são atingidos pela recepção do hotel Sonesta Brasília. Folhetos informativos, turísticos e de entretenimento, são repostos e atualizados semanalmente, visando sempre o maior conforto para seus hóspedes. Os funcionários deste setor mantêm-se sempre informados sobre eventos, locais badalados ou acontecimentos e repassam essas informações para os solicitantes.

Em questões turísticas, o hotel possui parceria com empresas de turismo locais que atendem toda e qualquer rota desejada pelo cliente. Além dos informativos sobre passeios turísticos, a recepção disponibiliza mapas e informações sobre pontos turísticos locais.

## **2.4 O profissional da recepção**

Vallen (2003) descreve o profissional que trabalha na recepção (recepcionista) como atendente de hospedagem. Este encontra-se inserido em nível organizacional da pirâmide hoteleira e muitas vezes representam o primeiro contato entre o cliente ou hóspede com o hotel. Este primeiro contato é de extrema importância tanto para o hóspede quanto para o atendente. Ter essa primeira afinidade e satisfação pesará no restante da experiência de estadia no hotel do hóspede.

Esse profissional desenvolve uma série de tarefas tais como ocupações das unidades do hotel, relações com os hóspedes, registros e coordenação. Além de ser peça principal no relacionamento do cliente com o hotel, este é considerado parte vendedor, parte psicólogo e parte contabilista. O autor (VALLEN, 2003, p. 93) descreve o agente de hospedagem como um “pau para toda obra”, recebe reclamações, providencia reservas, trata da disponibilidade dos apartamentos e supervisiona o departamento de limpeza. É de extrema importância apresentar tais características para exercer tal função. O hotel Sonesta de Brasília, em seu

processo seletivo de funcionários, tenta detectar tais características e estas acabam sendo pré-requisito para a contratação.

É fundamental que este atendente de hospedagem conheça absolutamente todos os detalhes do meio de hospedagem em questão, dê dos seus distintos setores, como o inteiro e completo funcionamento. A política de atendimento, missão valores e visão da empresa precisam estar claros e compreendidos por este para que o atendimento ao cliente seja feito baseados nos conceitos e valores expostos pela empresa.

Vieira e Cândido (2002, p. 69) mencionam “a importância do zelo pela boa aparência do recepcionista de hotel”. Por exercer uma função que esta diretamente em contato com o cliente e hóspede e por ser o primeiro e constante contato com este hóspede, este profissional deve certificar que esta apresentável e com sua aparência impecável. Cabelos curtos e bem cortados, uniforme bem condicionado, unhas limpas e bem cuidadas e higiene e limpeza sempre aparentes.

O padrão estético é estabelecido pelo hotel Sonesta Brasília a todos os profissionais da recepção. Boa aparência, cabelos sempre cortados e arrumados, barba feita e boa manutenção dos uniformes, para os homens são pontos cruciais neste setor.

Os autores ainda mencionam algumas características essenciais para tal função como, cortesia para com os hóspedes e demais colaboradores, bom senso no atendimento e na resolução de potenciais problemas apontados pelos hóspedes, agilidade no atendimento de solicitações, apresentar comportamento profissional em todos os momentos e situações, falar em tom agradável, expressar e fornecer informações de maneira clara e objetiva, dirigir-se as pessoas sempre de forma respeitosa (VIEIRA E CÂNDIDO, 2002). Isso se aplica visando criar um vínculo entre o hotel e o cliente para que este se sinta seguro, satisfeito e a vontade no local de hospedagem. Em treinamento no hotel Sonesta Brasília é enfatizado sempre manter uma postura profissional perante o hóspede mas sempre o tratando de modo cortês, atendendo a suas necessidades e solicitações de maneira agradável e amigável.

Ser atencioso e imparcial também são atributos importantes. Vieira e Cândido (2002, p. 70) mencionam que “comentários inoportunos, opiniões ou indagações de qualquer natureza não são bem vistas por hóspedes”. É necessário, em primeiro lugar, ser discreto, entender a necessidade do cliente, atendê-la, mas não expressar

sua opinião sobre assuntos pessoais do hóspede em questão. Deve-se evitar o tratamento demasiadamente íntimo. Manter-se inteiramente profissional, porém não distante ou frio, é de extrema necessidade.

Além do recepcionista, “outros profissionais de extrema importância compõem esta área. Porteiros sociais, mensageiros, capitão-porteiro e chefes de hospedagem constituem todo o staff da área de recepção”, de acordo com os autores Vieira e Cândido (2002, p. 54). Todas essas funções servem para somar na prestação de serviços. Dentro das funções presentes na recepção do hotel Sonesta Brasília encontram-se os mensageiros, recepcionistas, líder de hospedagem e coordenador de hospedagem.

Algumas funções básicas são atribuídas ao profissional da recepção de um hotel. Funções estas que são importantes para a entrada do hóspede, de maneira agradável e tranqüila. Segundo Vieira e Cândido (2002, p. 66) algumas destas funções são:

- Preparação para a chegada do hóspede por meio de sua reserva, para isso é necessário averiguar a disponibilidade do hotel. É necessário antecipar procedimentos como verificação do cadastro do hóspede ou empresa a se hospedar. Para uma maior organização e prevenção contra *overbooking*, é necessário ter um sistema seguro e confiável, registrar devidamente todas as reservas e confirmações de hospedagem para que tal averiguação seja possível;
- Realizar o *check-in* e recepcionar o hóspede, fazer devidamente o registro deste. O registro inicial é de extrema importância, a consistência e veracidade dos dados, o correto e completo preenchimento desses dados é essencial e necessário tanto para o *check-in*, a estadia do hóspede e seu *check-out*;
- Fazer a abertura da conta do hóspede como também o fechamento da conta na hora do *check-out*, efetuar correções e estornos, controlar as faturas;
- Atender aos pedidos dos hóspedes tais como a troca de apartamentos, ordenar ao mensageiro a entrega ou busca de bagagem, solicitar o comparecimento da governança ao apartamento quando solicitado ou necessário, solicitar o comparecimento da assistência técnica também quando necessário ao apartamento. Atender as solicitações do hóspede em tempo hábil, de maneira cortês e eficiente transmitira a qualidade na prestação dos serviços pela recepção;

- Anotar e documentar qualquer anormalidade ou informações relevantes ao hotel. Manter um relatório de acontecimentos, que deverá ser preenchido caso alguma eventualidade ou anormalidade aconteça, deixará os demais colaboradores da recepção situados e informados sobre futuros problemas ou acontecimentos;
- Informar aos hóspedes os serviços disponíveis e oferecidos pelo hotel tais como: academia, área de piscina, sauna, restaurante, lojas, lavanderia e etc. É de suma importância familiarizar o hóspede com toda a estrutura e serviços disponibilizados pelo hotel e seus funcionários. Além de fortalecer a imagem do estabelecimento, ainda estará agradando o hóspede colocando todos os aparatos disponíveis a sua disposição;
- Fazer fechamento de caixa no final de seu expediente, rodar auditoria ao final do dia, receber e cobrar pagamento na hora do *check-out*. Este procedimento é feito para verificar possíveis discrepâncias, constatar erros diversos e verificar pagamentos do dia. Tudo isto é feito pelo recepcionista, líder de hospedagem e coordenadores;
- Atender as reclamações dos hóspedes e ficar atento (a) a qualquer pedido ou solicitação deste. Isso é mais um ponto forte na prestação de serviços e na qualidade dos serviços prestados ao hóspede. É necessário atendê-lo com atenção, cortesia e eficiência. As reclamações devem ser recebidas, passadas para os superiores ou responsáveis pelo setor e repassadas para a diretoria para que possam detectar o problema e solucioná-lo.

## 2.5 Prestação de Serviços: conceitos e definições

Segundo Fernandes (1999, p. 25):

Serviço é o elemento que representa a diferença entre duas ofertas aparentemente iguais. Serviço é um conceito tão forte que, sozinho, consegue que o cliente não se importe de pagar mais pela mesma qualidade intrínseca. Só a qualidade do serviço garante aquele que é o objetivo de todos nós nas nossas organizações: atrair e fidelizar clientes.

Ou seja, serviço é parte essencial, deve ser considerado como um diferencial competitivo, especialmente na área de hotelaria.

O autor menciona que o serviço não pode ser copiado, é tratado de maneira diferente de acordo com a pessoa que o presta. Para um maior ganho e maior número de clientes fidelizados, é necessário entender a importância deste no meio corporativo e comercial (FERNANDES, 1999).

Fornecer serviços de qualidade significa superar expectativas do cliente. Fernandes (1999, p. 26) cita que é importante “estar em sintonia com as necessidades e desejos desses clientes para que assim possa prestar serviços satisfatórios e que irão suprir tais necessidades e desejos”. Como os desejos e necessidades variam de pessoa para pessoa, o significado de um bom serviço fica indefinido, pois o que pode ser bom para um, pode não ser o que o outro espera. Os serviços disponíveis na área hoteleira tendem a ser padrão, ou seja, não se diferenciam e acabam sendo iguais ou similares aos concorrentes. É necessário diversificar e oferecer serviços e produtos personalizados, pois isto é um dos pontos e características que fidelizará o cliente ou hóspede.

Mesmo com as diferenças aparentes ou não, o prestador de serviços deve conhecer seu público-alvo a fundo e, a partir do perfil deste, saber como conduzir um bom atendimento e uma boa prestação de serviço. Segundo Fernandes (1999, p. 26), o serviço não será bem sucedido caso “o estudo do público-alvo não seja correto ou efetivo ou se a segmentação deste público seja feita de maneira errada”. Conhecer o seu público-alvo, seus desejos e necessidades é o primeiro passo para a diversificação dos serviços na área hoteleira ou em qualquer outra área. Focando os esforços e realmente segmentando o negócio e tudo envolvido neste (serviços e/ou produtos), garantirá um maior retorno em relação ao cliente e atingirá de maneira mais eficaz os freqüentadores do estabelecimento.

Características simples como rapidez, eficiência, simpatia, pró-atividade e boas maneiras são pontos que devem estar presentes no prestador de serviços, seja este em qual campo for. Fernandes (1999, p. 26) diz que “estudos que mostram que mesmo clientes fidelizados podem abandonar a empresa de preferência devido ao mal atendimento ou a falta de cordialidade do prestador”.

Para funções diversas que exigem o contato direto e constante com o cliente, essas características são essenciais. Em hotelaria, mais especificamente na área da recepção hoteleira, o atendente necessita possuir todas essas características e ainda saber se relacionar em situações de pressão ou constrangimento. O hóspede espera rapidez e agilidade na resolução de qualquer eventual problema, precisa de

informações consistentes quando solicitadas e, mais do que tudo, precisa de um apoio para qualquer eventual necessidade.

Constata-se, especialmente na atualidade, que o serviço prestado de maneira eficaz, rendem ao estabelecimento clientes satisfeitos, fidelizados e que relatam suas experiências de maneira positiva, propagando assim a propaganda boca-a-boca, que é por sinal uma das mais efetivas formas de divulgação.

Para isso o hotel Sonesta Brasília possui um sistema de personalização de clientes, onde as preferências dos hóspedes mais freqüentes são armazenadas em banco de dados e toda vez que este hóspede retorna ao hotel, o colaborador que irá atendê-lo saberá exatamente quais as suas preferências.

Observações como preferência de andar (andares mais alto ou mais baixo), se este é fumante ou não, se prefere ser atendido com rapidez ou de forma mais simpática com mais contato direto. Tudo isso visando personalizar o serviço de acordo com cada cliente.

## **2.6 Qualidade na prestação dos serviços**

Fernandes (1999) define três princípios básicos de qualidade. O primeiro implica na orientação da organização visando a satisfação do cliente, o segundo trata da oferta de produtos e serviços que superem e supram a expectativa do cliente e por último, a melhoria contínua, assim a progressão continuará e as melhorias estarão sempre aparentes.

A inovação, originalidade e autenticidade é parte importante na qualidade dos serviços. A competitividade no setor hoteleiro, seja esta aonde for, é vasta. Para se diferenciar dos demais concorrentes é necessário colocar essas características em prática para que se possa oferecer tudo que o concorrente oferece de forma diferenciada e característica.

O autor (FERNANDES, 1999, p. 40) estabelece outras características que podem ser diferenciais importantes perante a concorrência, como, por exemplo, a “relação qualidade/preço, a melhoria contínua dos processos internos e externos, cumprimento dos princípios de qualidade, estabelecimento de objetivos”. Tanto a boa qualidade como a má qualidade dos serviços prestados são fatores que definirão sua empresa perante os clientes e a concorrência.

Segundo Fernandes (1999, p. 82) “a qualidade de serviço prestada por um elemento da organização contagia a leitura que o cliente faz da qualidade de serviço de toda a organização.” Ou seja, uma única pessoa ou um único ato errado pode definir toda a percepção que o cliente ou hóspede terá da empresa. Uma pessoa insatisfeita pode significar perdas expressivas a uma empresa. É da natureza humana expor sua opinião, especialmente quando for negativa, aos demais.

Las Casas (1999, p. 28) cita exemplos práticos de resultados positivos de diversas empresas na implantação da qualidade em serviços, entre estas esta a maior lucratividade, fidelização de clientes, valor percebido da marca ou empresa em questão e satisfação tanto do cliente externo como interno. Dentre os melhores, o autor cita empresas como a Disney, TAM, America Express, McDonalds e Localiza, todas marcas e empresas conceituadas, reconhecidas e estabelecidas no mercado. O hotel Sonesta Brasília possui marca e bandeira renomeada pelo mundo e internacionalmente reconhecida. Possui estabelecimentos por todo o mundo, Estados Unidos, Egito, Ilhas do Caribe, dentre outros. O valor da marca Sonesta é reconhecida e a rede possui ampla gama de clientes (pessoas jurídicas e físicas) fidelizados.

Segundo Las Casas (1999, p. 20), “a qualidade total significa proporcionar qualidade e serviços de forma superior ao que existe, aos seus clientes e as suas expectativas, é ir além do normal ou esperado”. Envolve tanto os clientes externos como internos, englobando assim, todo o ambiente que envolve a empresa.

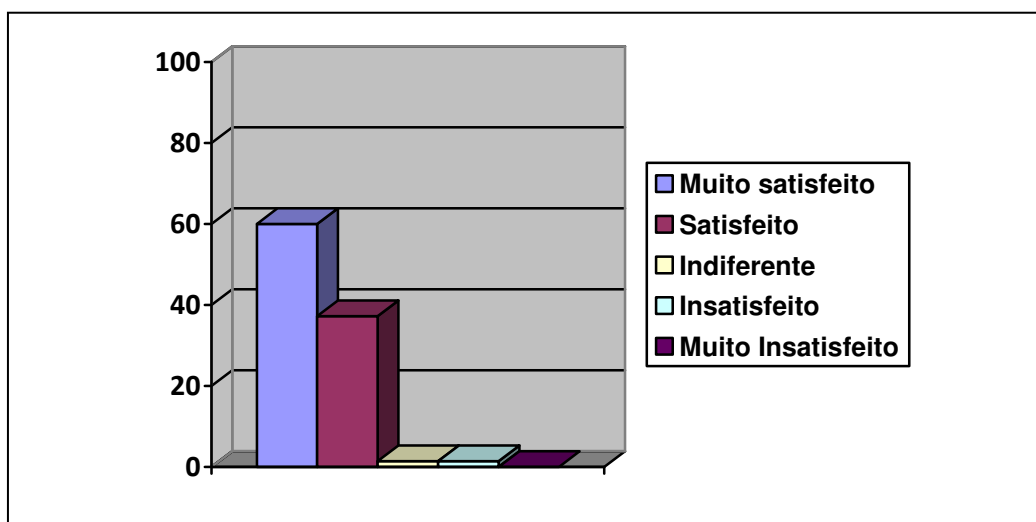
A qualidade total significa tratar como clientes tanto aqueles externos (vindos de fora) como os colaboradores, funcionários e proprietário, os deixando assim em um mesmo patamar.

### 3 ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS HÓSPEDES DO HOTEL SONESTA DE BRASÍLIA/DF

A pesquisa foi aplicada a 70 entrevistados sendo 48 homens e 22 mulheres, todos hóspedes do hotel. Os resultados serão expostos de maneira direta e clara, primeiramente promovendo uma explicação por extenso e em seguida uma exposição dos resultados em gráfico, para o maior entendimento e melhor comparação entre as respostas dos entrevistados.

A primeira pergunta presente no questionário visa avaliar, de um modo mais direto, o principal objetivo da pesquisa, ou seja, a opinião do entrevistado em relação aos serviços fornecidos pela recepção do hotel, conforme mostrado no gráfico 1 abaixo:

**Gráfico 1: Serviços oferecidos pela recepção do hotel Sonesta**



Do total de entrevistados, 60% apresentaram-se muito satisfeitos, 37,2% satisfeitos, 1,4% indiferente e 1,4% insatisfeito com o serviço prestado pela recepção, conforme pode-se observar no Gráfico 1. Consta-se, a partir destes resultados, que os dois maiores percentuais de respostas são positivos e majoritários, logo, conclui-se que os serviços oferecidos pela recepção atingiram as expectativas dos entrevistados em questão.

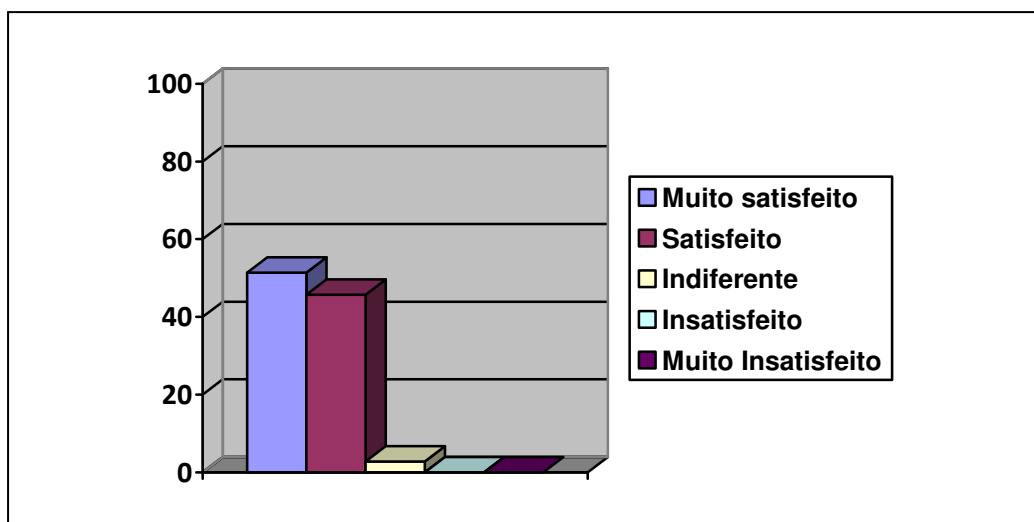
É importante lembrar que é junto à recepção que o hóspede tem seu primeiro contato com o hotel, seja este por meio de telefone ou presencialmente. A primeira impressão a ser causada deve ser positiva e agradável, os serviços oferecidos pela recepção devem ser fornecidos com qualidade, atenção e cortesia.

O questionário segue analisando se os serviços prestados pela recepção foram de fato completos, de qualidade e eficientes. Dos entrevistados 51,43% expressaram-se muito satisfeitos, 45,71% satisfeitos e 2,86% indiferentes, conforme evidencia o Gráfico 2.

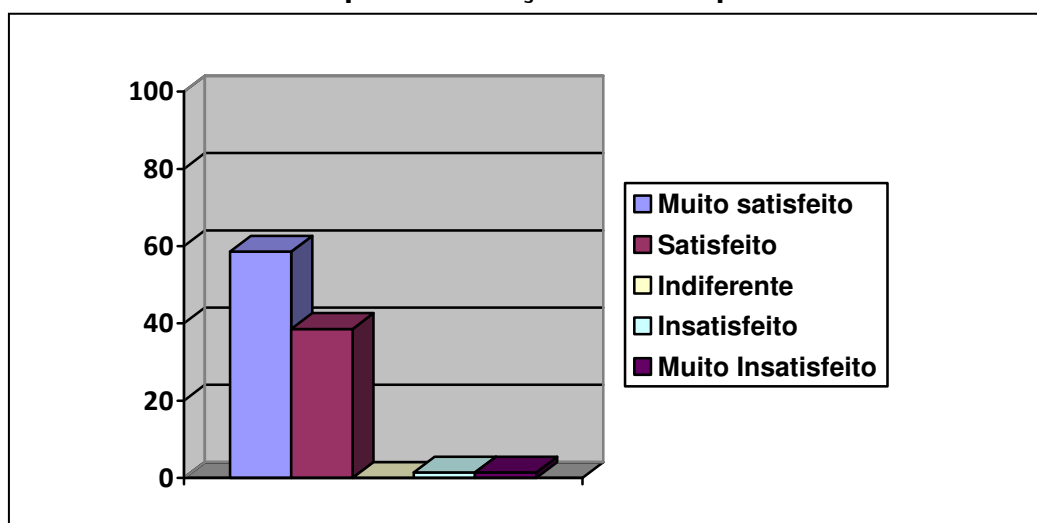
A satisfação por parte dos entrevistados foi, em sua grande maioria, confirmada, apresentando somente um percentual mínimo de indiferença em relação ao serviços prestados.

Satisfazer o hóspede oferecendo-lhe qualidade nos serviços prestados é essencial na formação de opinião deste, não só sobre a recepção, mas também sobre o hotel. Ser eficiente, rápido e ágil são características necessárias em um profissional desta área.

**Gráfico 2: Qualidade e eficiência na prestação dos serviços**



Em seguida o questionário avalia a simpatia e atenção dos atendentes da recepção para com os hóspedes, visando avaliar se esses atendentes, além de prestarem os serviços necessário referentes a sua função, são cordiais e possuem qualidades humanas necessárias para agradar o hóspede.

**Gráfico 3: Simpatia e atenção dos recepcionistas**

Neste caso, 58,57% apresentaram-se muito satisfeitos, 38,57% apenas satisfeitos, 1,43% insatisfeito e 1,43% muito insatisfeito. A cortesia dos atendentes é confirmada neste item, apresentando uma grande parcela de hóspedes, em geral, satisfeitos versus uma pequena fatia de hóspedes insatisfeitos.

Ser cortês, simpático e apresentar boas maneiras para com o hóspede são pontos necessários. Dar atenção aos pedidos e solicitações dos hóspedes é função básica de um atendente de recepção.

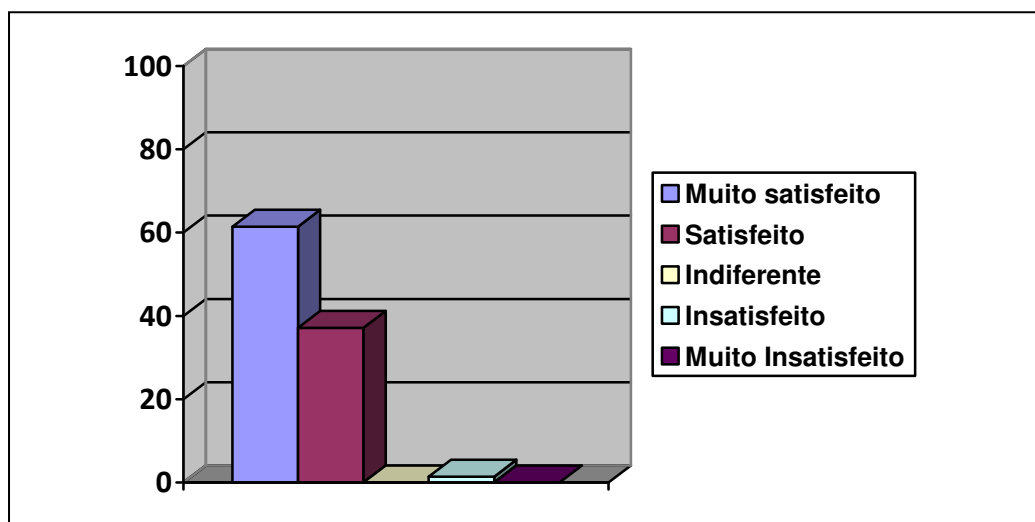
O quarto item da pesquisa questiona se os empregados realizaram os serviços prometidos de forma confiável, tendo em vista que a veracidade e segurança desses serviços é de extrema importância para o hóspede e para a imagem percebida da recepção, atendente e hotel.

Dos entrevistados, 61,43% se mostraram muito satisfeitos, 37,14% satisfeitos e 1,43% insatisfeito, conforme demonstrado no Gráfico 4, abaixo. Percebe-se que a confiança dos hóspedes na prestação dos serviços fornecidos pela recepção foi positiva, apresentando apenas algumas respostas contrárias.

É também necessário transmitir confiança nas informações prestadas aos hóspedes. Estes devem se sentir seguros quando consultam a recepção ou quando são espontaneamente informados por este setor sobre qualquer tipo de informação. A recepção torna-se um ponto de apoio do hóspede em relação não somente ao

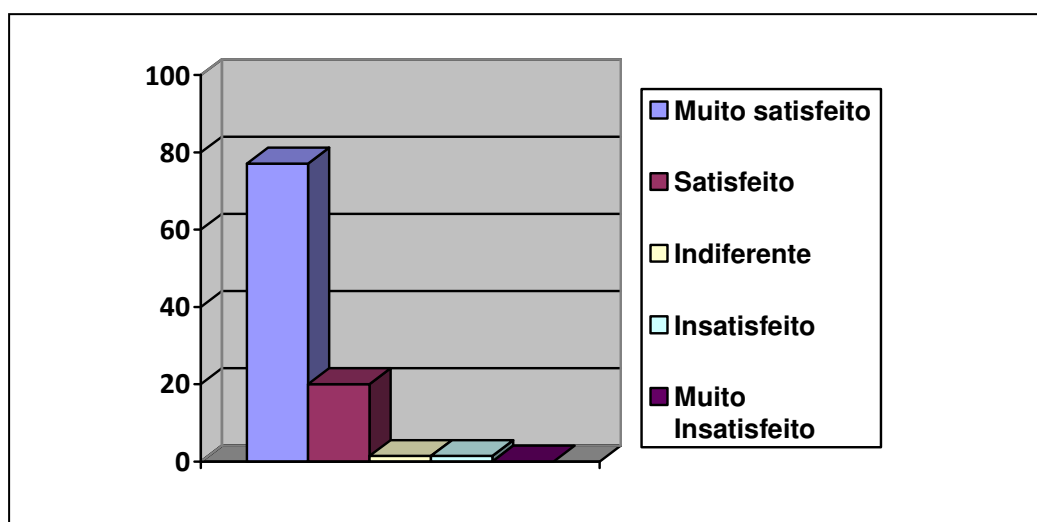
hotel ou serviços que ele terá a oferecer, mas também sobre a cidade, pontos turísticos, informações gerais, etc.

**Gráfico 4: Confiança na prestação dos serviços**



Outro quesito avaliado foi a disposição dos empregados em ajudar o hóspede e o pronto atendimento às suas solicitações. 77,14% apresentaram-se muito satisfeitos, 20% satisfeitos, 1,43% indiferente e 1,43% insatisfeito (Gráfico 5).

**Gráfico 5: Pronto atendimento nas solicitações**

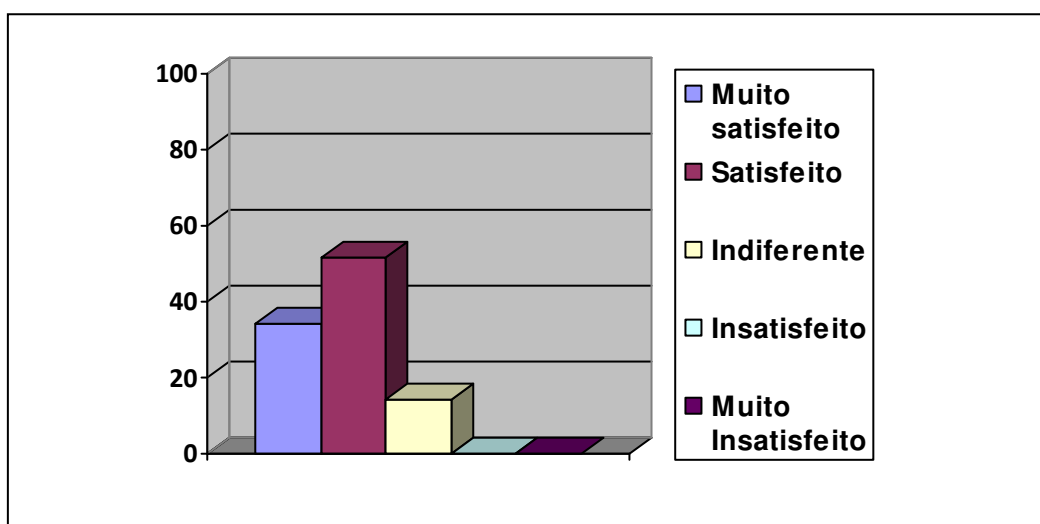


Os resultados demonstram que os atendentes estavam disponíveis e preparados para atender às solicitações feitas pelos hóspedes, tendo em vista, em contra partida, o baixo percentual de clientes indiferentes e insatisfeitos.

Constatamos neste item a importância da disponibilidade na prestação de serviços pela recepção do hotel. Prestar serviços ao hóspede é ponto básico no atendimento feito pela recepção como também é necessário estar disponível a qualquer momento para ajudar ou servir o hóspede. Prestar os serviços solicitados a pronto atendimento e de maneira eficiente é essencial. O resultado deste item na pesquisa é, em sua maioria, positivo, havendo somente um baixo percentual bastante reduzido de respostas negativas.

A penúltima pergunta considera a aparência física dos atendentes, se são bem vestidos e asseados. Os percentuais encontrados estão dispostos no gráfico 6 a seguir:

**Gráfico 6: Aparência dos recepcionistas**



Esta questão nos mostra que a aparência dos atendentes não apresentou-se como fator determinante ou, de grande modo, influenciador na percepção do hóspede, uma vez que 34,29% relataram estar muito satisfeito, 51,43% satisfeitos e 14,28% são indiferentes a esta questão..

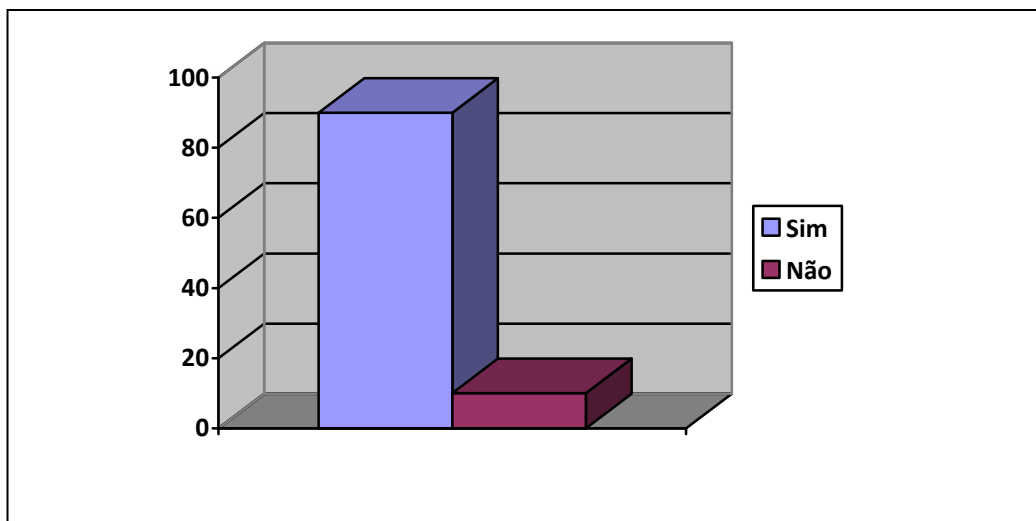
Na área de atendimento, seja esta de qual mercado for, é necessário apresentar-se bem, ter boa aparência e boas maneiras. O contato pessoal com o cliente ou hóspede não se trata somente sobre o que é informado ou transmitido, mas também sobre a postura do atendente para com o cliente, da boa aparência deste, que deverá ser zelada e mantida todos os dias. A má aparência ou a falta de cuidado com a aparência pode transmitir uma imagem negativa do estabelecimento.

Para finalizar o questionário e ponderar todas as respostas apresentadas pelos entrevistados e levando em consideração o que foi questionado, pergunta-se

se este voltaria a se hospedar no hotel Sonesta Brasília, dando-lhes somente as opções de resposta SIM ou NÃO.

Constatou-se que 90% responderam a pergunta de forma positiva e 10% de forma negativa, conforme mostrado no Gráfico 7, abaixo:

**Gráfico 7: Interesse de retorno ao hotel**



Tal resultado é de suma importância para a pesquisa, pois a partir da avaliação de todos os outros aspectos questionados e a soma deste, determina o retorno ou não do hóspede ao hotel. Pode-se constatar que a maioria respondeu a questão de forma positiva, o que significa que todos os aspectos anteriormente avaliados apresentaram, em sua maioria, resultados positivos que acarretaram a satisfação dos hóspedes. Os 10 % negativos pode se dar a serviços não estudados nesta pesquisa como serviço de alimentos e bebidas(Restaurante), lavanderia e ou ate alguns dos serviços analisados nas pesquisas do trabalho.

Com este item e os resultados da pesquisa, concluímos que a recepção, seus funcionários e os serviços prestados por ela, são pontos definitivos e de grande importância na construção da percepção do hóspede e cliente em relação ao hotel como um todo.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Após a análise do conteúdo bibliográfico levantado e da pesquisa quantitativa aplicada como principal foco do trabalho, constatou-se que a opinião dos hóspedes em relação à qualidade dos serviços prestados pela recepção do hotel Sonesta Brasília possui grande influência na expectativa do hóspede.

O conteúdo bibliográfico ressalta que a recepção de um hotel é o cartão de entrada do hóspede, é onde o primeiro contato e a primeira impressão são criados e estabelecidos.

A pesquisa junto ao hóspede do hotel serviu para reforçar ainda mais esta teoria, já que a maioria dos entrevistados mostrou-se muito satisfeita ou simplesmente satisfeita, afirmando que se hospedariam novamente no hotel.

Algumas dificuldades foram detectadas durante a aplicação da pesquisa. Algumas pessoas, por estarem com pressa ou possuírem horário (seja para chegada em reuniões ou para chegarem ao aeroporto), recusavam preencher e responder o questionário. Além da indisponibilidade dos hóspedes.

O bom atendimento, a competência de todos os atendentes e profissionais presentes na recepção e a atenção dada ao hóspede tornam-se diferenciais em um mercado tão competitivo e amplo. O cliente, quando analisa o hotel como um todo, visa não somente a estrutura física e os serviços oferecidos pelo estabelecimento, como leva também em consideração a parte humana e o contato com o staff presente, seja este na recepção, nos serviços gerais ou nas áreas de alimentação.

O mercado hoteleiro encontra-se em constante mudança e expansão e durante os últimos 10 anos estas mudanças foram visíveis. Alguns estabelecimentos possuem as mesmas características, padrões e disposição física, ou seja, são na maioria das vezes, similares. O que diferencia um estabelecimento do outro é o seu capital intelectual, seus colaboradores e sua habilidade de treiná-los visando maior satisfação e fidelização dos hóspedes ou potenciais clientes.

A união de uma boa e diferenciada estrutura, colaboradores capacitados e treinados certamente faz a diferença no mercado hoteleiro. A maioria dos hotéis ao redor do mundo seguem um certo padrão, possuem estruturas similares, oferecem basicamente os mesmos serviços e o que diferencia essas empresas é o capital intelectual, ou seja, os colaboradores e funcionário. Com treinamentos específicos e

direcionados, esses fazem toda a diferença na prestação de serviços de qualidade e diferenciados.

## REFERÊNCIAS

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LAMPRECHT, James e RICCI, Renato. **Padronizando o sistema da qualidade na hotelaria mundial: Como Implementar a Iso 9000 e Iso 14000 em Hoteis e Restaurantes**. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, 2001.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa social – Teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Editora Vozes Ltda., 1993.

PETROCCHI, Mario. **Hotelaria, planejamento e gestão**. 2ª Edição. São Paulo: Editora Pearson, 2006.

TORRE, Francisco de La. **Administração hoteleira, parte I – departamentos**. São Paulo: Editora Roca Ltda, 2001.

VIEIRA, Elenara e CÂNDIDO, Índio. **Recepção hoteleira**. Caxias do Sul – RS: Editora da Universidade de Caxias do Sul, 2002.

BORRÁS, Bernardí, GUERRA, Gleice, RINALDi , Thais. **Introdução à metodologia da pesquisa em turismo**. Editora Roca Ltda, 2006.

## SITES

SONESTA. Disponível em [www.sonestabrasilia.com.br](http://www.sonestabrasilia.com.br). Acesso em maio de 2009.

## APÊNDICE A

### Questionário para pesquisa

*Caro Hóspede,*

*Visando colher informações e dados que permitam concluir meu trabalho de final de curso na área de Turismo, gostaria de conhecer sua opinião e percepção em relação aos serviços prestados pela recepção do Hotel Sonesta Brasília, respondendo à pesquisa abaixo:*

1. Os serviços prestados pela recepção alcançaram suas expectativas?

- ☐ Muito Satisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Indiferente
- ☐ Insatisfeito
- ☐ Muito insatisfeito

2. Os serviços oferecidos pela recepção foram completos, com qualidade e eficiência?

- ☐ Muito Satisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Indiferente
- ☐ Insatisfeito
- ☐ Muito insatisfeito

3. Os empregados foram simpáticos e deram a você atenção pessoal?

- ☐ Muito Satisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Indiferente
- ☐ Insatisfeito
- ☐ Muito insatisfeito

4. Os empregados foram capazes de realizar um serviço prometido de forma confiável e precisa?

- ☐ Muito Satisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Indiferente
- ☐ Insatisfeito
- ☐ Muito insatisfeito

5. Houve disposição dos empregados da recepção em ajudar o hóspede e prover pronto atendimento às suas solicitações?

- ☐ Muito Satisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Indiferente
- ☐ Insatisfeito
- ☐ Muito insatisfeito

6. Os empregados da recepção são bem-vestidos e asseados?

- ☐ Muito Satisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Indiferente
- ☐ Insatisfeito
- ☐ Muito insatisfeito

7. Você voltaria a se hospedar no hotel?

- ☐ Sim
- ☐ Não

*Agradeço sua colaboração.*