
A HOSPITALIDADE SOB O OLHAR
DO HÓSPEDE NOS ESPAÇOS DO HOTEL

Inês Machado Przybylski*
Airton da Silva Negrine**

Resumo da Dissertação de Mestrado defendida em 12 de setembro de 2008

Banca: Prof. Dr. Airton da Silva Negrine – presidente (Universidade de Caxias do Sul); Prof. Dr. Mario Carlos Beni (Universidade de São Paulo); Prof. Dr. Luiz Antônio Rizzon (Universidade de Caxias do Sul) e Prof. Dr. Carlos Honorato Schuch Santos (Universidade de Caxias do Sul).

<http://tede.ucs.br/tde_arquivos/3/TDE-2008-09-26T114815Z-223/Publico/Dissertacao%20Ines%20Machado%20Przybylski.pdf>

* Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS/2008).

** Doutor em Filosofia e Ciências da Educação pela Universidade de Barcelona/Espanha (B). Professor, orientador e pesquisador no Mestrado em Turismo (UCS).

A discussão sobre hospitalidade é relativamente recente. Faltam dados para conceituá-la, ou conceitos para explicá-la, o que torna a hospitalidade um tema ainda em aberto. Contextualizar hospitalidade, descobrir suas nuances, seus valores reais e simbólicos pode não somente aproximar um conceito que venha a ser aceito por todos, mas descobrir caminhos que tragam a hospitalidade para o seio das discussões do turismo e da hotelaria, como algo simples, natural, humano e, talvez, mais apartado de um conceito mercantilista. O desenvolvimento da presente pesquisa propiciou a oportunidade de averiguar a prática da hospitalidade em um meio de hospedagem, na qual aparece bem-demarcada a ocorrência das duas linhas de pensamento, ou teorias, apontadas pelos estudiosos do tema: a hospitalidade comercial, dos estudiosos ingleses, e a hospitalidade de cunho humanístico, sagrada, dos estudiosos franceses. Foi possível perceber a alternância das duas linhas teóricas, presentes nas práxis dos profissionais, nos serviços oferecidos e nos encontros para qualificação profissional, nos quais o tema era a hospitalidade. Um exemplo de hospitalidade, que exige remuneração, sim, mas que não deixa jamais de demonstrar seu lado sagrado, na forma de receber e relacionar-se com o hóspede.

Neste estudo, o desafio foi responde à seguinte questão: *A percepção do hóspede com respeito à hospitalidade está relacionada ao contato humano decorrente do atendimento dos colaboradores que prestam serviços nos diferentes espaços do hotel?*

Existe uma lacuna em termos de produto de pesquisa sobre o tema hospitalidade, principalmente no que tange a empresas hoteleiras. Se forem considerados os trabalhos que tratam da opinião dos hóspedes sobre o tema hospitalidade, a lacuna é ainda maior. A falta de informações pertinentes ao tema, oriundas de pesquisas acadêmicas, leva a pensar que o fazer hoteleiro, em muitas circunstâncias, ainda se processa de forma empírica, sem sustentação científica. Logo, a pesquisa

teve como norte conhecer e analisar a percepção do hóspede sobre a hospitalidade, em relação aos serviços prestados em instituição hoteleira.

O Grande Hotel Dall'Onder foi o cenário do estudo; classificado como hotel de lazer, padrão quatro estrelas, é considerado referência na hotelaria da Região da Uva e Vinho e no Estado do Rio Grande do Sul. Respeitado pela concorrência, é tido como modelo na arte de receber e encantar o hóspede, seja pela oferta de produtos e serviços, seja pela estrutura e decoração dos seus espaços. Possui 265 apartamentos distribuídos em cinco categorias: executivo, luxo, luxo superior, suíte e suíte presidencial. Todos são equipados com televisão a cabo, telefone, mesa de trabalho, som, minibar, ar-condicionado ou calefação. Algumas unidades dispõem de banheira, minicozinha e sacada, internet com conexão a cabo e/ou *wireless*.

Utilizou o método descritivo apontado por Bravo (1996), como uma perspectiva de descrição analítico-sintética, uma vez que se estudou a realidade distinguindo e separando partes, os elementos mais simples, para compreender o todo. Feito isso, procurou-se logo unir e recompor os elementos separados, obtendo uma visão global do conjunto e das relações estruturais entre seus elementos. O paradigma adotado foi do tipo quanti-qualitativo, uma vez que a quantificação dos dados sobrepõe-se às informações produzidas pelos instrumentos de coleta de informações.

No processo de coleta de dados e informações, utilizou-se um questionário no qual constava nome, *e-mail* e telefone do respondente; seis questões pertinentes ao perfil socioeconômico; 14 questões pertinentes à percepção da hospitalidade pelo hóspede. Das 14 questões, as 12 primeiras foram questões fechadas que receberam tratamento estatístico de variação percentual; e duas questões abertas. As questões abertas foram analisadas do ponto de vista qualitativo. No primeiro momento, foi feita uma listagem de todas as 141

respostas das questões 13 e 14. Após selecionadas as *unidades de significado*, foram agrupadas nas seguintes categorias de análise: A) *Sentido e significado da hospitalidade*; B) *Espaços de hospitalidade*; C) *Ações que caracterizam a hospitalidade*. No dia 1º de dezembro de 2007, os questionários foram distribuídos nas 265 Unidades Habitacionais do Dall'Onder Grande Hotel. Mesmo que, na Unidade Habitacional, estivesse um casal, somente um questionário foi disponibilizado, sendo que nesse dia mesmo os questionários foram recolhidos.

É pertinente informar que, nos mês de dezembro de 2007, o Grande Hotel Dall'Onder recebeu 9.721 hóspedes que permaneceram em média entre dois a três dias. Esse movimento gerou um total de 4.926 diárias no mês da coleta de dados, que fez uma taxa média de ocupação de 59,96% da capacidade instalada. O total de questionários respondidos pelos hóspedes foi de 141. Portanto, a descrição e análise, interpretação e discussão das informações das duas questões abertas foram feitas a partir das respostas obtidas no questionário.

A descrição e análise dos resultados aponta que, dentre os que responderam à questão: "Encontra-se hospitalidade somente quando existem pessoas em determinados espaços desse hotel?", 16 % "concordam plenamente" e 21% "concordam". Num total de 37%, os sujeitos pesquisados concordam que "encontra-se hospitalidade somente quando existem pessoas em determinados espaços do hotel". Ao passo que 18% "concordam parcialmente" e 38% "não concordam" com a afirmação. Portanto, 56% dos sujeitos responderam negativamente à questão, pois percebem a hospitalidade mesmo sem a presença dos profissionais atuantes, responsáveis pelo atendimento. Pode-se inferir que os respondentes estejam pensando também em outros hóspedes e não somente quanto a colaboradores do hotel. Esses 56% demonstram perceber a hospitalidade mesmo sem a presença de qualquer pessoa em determinado espaço.

Quando questionados se existiria a hospitalidade mesmo na ausência de pessoas, 43% dos respondentes disseram que “concordam plenamente” e 28% responderam que “concordam”. Portanto, 61% dos sujeitos pesquisados concordam com a afirmação: “Encontra-se hospitalidade nos espaços, mesmo que ali não tenha pessoas.” Entre os outros respondentes, 14% assinalaram que “concordam parcialmente”, e 6% “não concordam” que se encontra hospitalidade nos espaços mesmo que ali não tenha pessoas. Treze pessoas, ou 9%, não responderam à questão. Portanto, a partir das questões B11 e B12 pode-se inferir que os sujeitos hospedados no Grande Hotel Dall’Onder, no mês de dezembro de 2007, apontaram que percebem hospitalidade nos espaços que não mantêm um profissional atuando nas 24 horas do dia. Dessa forma, mesmo um espaço vazio, em termos de pessoas, pode denotar hospitalidade.

A questão b14 do questionário trazia a seguinte questão: “Em sua opinião, quais os aspectos relevantes que caracterizam a hospitalidade em um hotel?” Dos 141 sujeitos pesquisados, 31 não responderam à questão. Logo, a análise desse quesito ficou restringida a 110 questionários, que foram analisados a partir das seguintes categorias: a) sentido e significado da hospitalidade; b) espaços de hospitalidade; c) ações que caracterizam a hospitalidade.

Dentro do “sentido e significado da hospitalidade”, foram significativas as respostas que se referem ao bem-receber, ao bom atendimento, como aspecto relevante que caracteriza a hospitalidade em um hotel. A partir da interpretação das informações, pode-se inferir que os respondentes relacionam a hospitalidade ao bem-receber alguém. Outro aspecto que mereceu destaque, na análise das questões qualitativas, refere-se à relação que o hóspede faz das atitudes de gentileza e a cordialidade, como uma forma do receber hospitaleiro.

Muitas palavras foram utilizadas pelos hóspedes para caracterizar a hospitalidade, que, ao serem analisadas, deixam ver a relevância de aspectos humanos (intangíveis), ligados ao tema hospitalidade, como: simpatia, calor humano, atenção ao hóspede, alegria e satisfação profissional, educação, boa vontade e respeito pelo hóspede. Como síntese se pode inferir que, para os sujeitos pesquisados, o sentido e o significado da hospitalidade estão ligados às atitudes dos funcionários nas relações que estabelecem com os hóspedes.

Dentro da categoria “espaços de hospitalidade”, os respondentes apontaram aspectos de *higiene, limpeza e organização* do hotel como um todo, sendo que *conforto* também apareceu como aspecto relevante nessa categoria. É oportuno destacar que, pelo marketing dos empreendimentos hoteleiros, a variável conforto está relacionada a algo a mais que o hotel oferece ao hóspede. Os aspectos tangíveis foram destacados como relevantes e pertinentes a hospitalidade em um hotel.

A pesquisa também colocou de manifesto que um número significativo dos respondentes dá importância para a qualidade do atendimento que recebem e o relacionam com hospitalidade. Nesse caso, os aspectos intangíveis sobrepõem aos aspectos arquitetônicos e de estrutura física, embora esses fossem referenciados como elementos considerados na escolha do hotel pelo hóspede.

Quanto à categoria de “ações que propiciam a hospitalidade”, os hóspedes apontaram alguns serviços prestados, ou que gostariam que fossem prestados. Destacaram, por exemplo, o *bom preparo técnico e o treinamento profissional* como aspectos relevantes. Nessa categoria de análise, foi possível perceber que unidades de significado como: tratamento diferenciado e sentir-se como em sua própria casa são atributos da hospitalidade. Mereceu destaque também dos respondentes, com relação às ações, aos shows variados que animam as noites no hotel e o serviço de buffet como elementos relevantes de satisfação do hóspede.

Todavia, a ausência de condução disponibilizada pelo hotel para levar o hóspede ao centro da cidade, apareceu como um serviço que deveria ser oferecido, bem como a instalação de terminal de Banco 24 horas; instalação de ar-condicionado em todas as unidades habitacionais e locais diferenciados para servirem o café matinal. Essas foram as solicitações extraídas dos questionários, como “ações que faltam para caracterizar a hospitalidade”, no hotel-cenário do estudo.

Finalmente, como síntese do estudo realizado, ficou evidente que a percepção do hóspede, com respeito à hospitalidade está relacionada à qualidade das relações interpessoais, ao contato humano decorrente do atendimento dos colaboradores que prestam serviços nos diferentes espaços do hotel. Todavia, é possível analisar essa questão a partir de dois olhares.

Primeiro, aquilo que se refere ao atendimento e à receptividade, portanto presencial, que não pode ser um atendimento qualquer, mas um atendimento com qualidade, baseado em treinamentos e capacitação, que deem aportes técnicos e segurança às ações de profissionais que prestam serviços à empresa. Unido a essa preparação técnica, aspectos humanos em geral, como simpatia, bons modos, gentileza, educação e, principalmente, vontade de servir, ajudam. Quando essas condutas não se fazem presentes nas atitudes dos colaboradores, a visão de hospitalidade fica comprometida. Portanto é relevante refletir sobre as palavras de Tellfer (2004) quando diz: Hospitalidade é a vontade de ser hospitaleiro, representando a pessoa do anfitrião, do dono da casa que recebe seu visitante de braços abertos, com visível felicidade.

Segundo, é o que se refere que “alguém preparou o espaço”, como um contato humano, decorrente do atendimento dos colaboradores, mas numa situação não presencial. O hóspede percebe que o anfitrião pensou nas possíveis necessidades de seu visitante e preparou com cuidado todos os espaços, objetos que o visitante vai usar, a fim de lhe trazer

não somente a satisfação pelo serviço que paga, mas, sobretudo, por tudo aquilo que desperta suas modalidades perceptivas (visão, audição, tato, olfato e gustação).

As contribuições que a pesquisa produziu devem ser lidas e refletidas com ponderação e relatividade, considerando as limitações do cenário e dos hóspedes estudados, mas, se merecer a atenção de gestores hoteleiros, poderá contribuir para ampliar a hospitalidade nos ambientes por eles geridos.

Referências

- ABREU, Vladimir Amâncio. Planejamento e gestão estratégica em hospitalidade comercial: enfoque conceitual. In: DENKER, Ada de Freitas Maneti (Org.). *Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- AUON, Sabah. *A procura do paraíso no universo do turismo*. Campinas, SP: Papirus, 2001. (Coleção Turismo).
- AVENA, Biagio M. *Turismo, educação e acolhimento: um novo olhar*. São Paulo: Roca, 2006.
- BARRETTO, Margarita. *Manual de iniciação ao turismo*. Campinas, SP: Papirus, 2003. (Coleção Turismo).
- BATISTA, Isabel. Lugares de hospitalidade. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). *Hospitalidade, reflexões e perspectivas*. São Paulo: Manole, 2002.
- BRAVO, R. Sierra. *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Madrid: Paraninfo, 1996.
- CAILLÉ, Alain. *Antropologia do dom: o terceiro paradigma*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph, 2004. (Coleção ABC do Turismo).
- _____. *Os domínios da hospitalidade*. In: DENKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (Org.). *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- CASTELLI, Geraldo. *Administração hoteleira*. Caxias do Sul: Educ, 2003.
- _____. *Hospitalidade: na perspectiva da gastronomia e da hotelaria*. São Paulo: Saraiva, 2005.
- CHON, Kye-Sung (Kaye); SPARROWE, Raymond T. *Hospitalidade: conceitos e aplicações*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- DE LA TORRE, O. *El Turismo, Fenómeno Social*. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (Org.). *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). *Hospitalidade, reflexões e perspectivas*. São Paulo: Manole, 2002.
- FERRUCCI, Piero. *A arte da gentileza: as pessoas mais gentis são mais felizes e bem sucedidas*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- GUERRIER, Yvonne. *Comportamento organizacional em hotéis e restaurantes: uma perspectiva internacional*. São Paulo: Futura, 2000.
- GOLDENBERG, Miriam. *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*. Rio de Janeiro: Record, 1999.