

Marzo 2019 - ISSN: 1696-8352

PERCEPÇÕES SOBRE VALORIZAÇÃO PROFISSIONAL EM UM HOTEL DE FLORIANÓPOLIS NA VISÃO DO GESTOR E DOS FUNCIONÁRIOS

Grazielle Albertoni Coelho¹

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Grazielle Albertoni Coelho (2019): "Percepções sobre valorização profissional em um hotel de Florianópolis na visão do gestor e dos funcionários", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (marzo 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/03/valorizacao-profissional.html>

RESUMO

O presente artigo buscou trazer resultados pertinentes a questão da valorização profissional dos profissionais da hotelaria pela visão do gestor e dos funcionários de um hotel. Realizou-se um estudo de caso, com procedimento de pesquisa bibliográfica e de campo, através de entrevistas aplicadas a gerente do hotel e aos funcionários, separadamente. Por meio da análise das entrevistas evidenciou-se que as percepções quanto a valorização profissional converge para o âmbito de benefícios financeiros como forma de reconhecimento. Os resultados apontaram que não há muitos profissionais formados na área atuando no hotel e que os mesmos se sentem pouco valorizados. Seriam necessárias mais pesquisas em outros hotéis para a confirmação da criação de um padrão com relação ao ponto de vista dos colaboradores sobre sua valorização profissional.

Palavras-chave: valorização profissional; hotelaria; curso superior.

ABSTRACT

This article sought to bring relevant results to the issue of the professional valuation of hotel professionals by the vision of the manager and the staff of a hotel. A case study was carried out, with a bibliographical and field research procedure, through interviews applied to the hotel manager and to the employees, separately. Through the analysis of the interviews it was evidenced that the perceptions regarding the professional valuation converges to the scope of financial benefits as a form of recognition. The results pointed out that there are not many professionals trained in the area acting in the hotel and that they feel little valued. Further research in other hotels would be necessary to confirm the creation of a standard with respect to the employees' point of view on their professional valuation.

Key-words: professional valorization; hospitality industry; course.

1 INTRODUÇÃO

A hotelaria é uma atividade econômica que gera muita renda no Brasil e emprega milhares de funcionários. Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH), a indústria hoteleira no Brasil gera cerca de um milhão de empregos diretos e indiretos nos 18 mil meios de hospedagem existentes, com receita bruta em torno de US\$2 bilhões (EMBRATUR, 2000).

¹ Graduanda do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria do Instituto Federal de Santa Catarina.

A busca pela qualidade na prestação de serviços e investimentos no mercado consumidor exige um aumento da demanda por profissionais capacitados para atender a essas necessidades. Portanto, vemos que a qualidade dos serviços hoteleiros constitui uma questão de sobrevivência da empresa. Em vista disso, um novo conceito de administração foi totalmente revisto acreditando na mudança completa do perfil do mercado hoteleiro brasileiro que já vem ocorrendo há alguns anos (CASTELLI, 2001).

O tecnólogo em hotelaria é um profissional capacitado que pode coordenar desde serviços de limpeza, arrumação e ornamentação de diversos ambientes, até questões de gerenciamento, como contratação, orientação e supervisão de funcionários, organização da infraestrutura e instalações do estabelecimento. O hoteleiro pode ainda auxiliar na montagem de novos empreendimentos hoteleiros, definindo planos de marketing e estabelecendo relações com empresários e autoridades locais (IFSC, 2018).

Ainda há uma carência de pesquisas relacionadas ao número de profissionais que trabalham em hotéis e tem formação em hotelaria e a influência que isso tem nos empreendimentos hoteleiros. Tratando de mão de obra específica na área na hotelaria, em um organograma de um hotel há diversos cargos e setores para se trabalhar, e estes se diferenciam por seus afazeres, obrigações e responsabilidades. Normalmente a responsabilidade pela contratação de novos colaboradores é de responsabilidade do setor de recursos humanos.

Florianópolis é um destino turístico muito visado por turistas tanto do Brasil quanto do exterior, muito se deve por possuir uma beleza paradisíaca em suas mais de 42 praias. Mas, também tem atraído muitos eventos durante todo o ano fazendo com que a necessidade de meios de hospedagem e a qualidade dos serviços oferecidos melhorem cada vez mais.

Segundo o Ministério do Turismo (2017), a capital catarinense obteve um crescimento de 22,4% em seus meios de hospedagem entre os anos de 2011 e 2016. Este crescimento no número de hotéis faz com que o número de funcionários necessários também cresça. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de Santa Catarina (ABIH-SC, 2018) existem 535 meios de hospedagens em Florianópolis atualmente.

Tendo em vista a formação acadêmica em hotelaria e a quantidade de hotéis em Florianópolis, através de um estudo de caso em um hotel do centro de Florianópolis, a pergunta que direciona esta pesquisa consiste em: qual a percepção da importância da graduação em hotelaria e a valorização deste profissional por gestores e funcionários de um hotel localizado no centro da capital catarinense?

Este artigo objetiva identificar a percepção da importância da graduação em hotelaria e a valorização deste profissional no mercado de trabalho. Objetiva especificamente através da realização de uma entrevista com um grupo focal e com a gerente analisar a importância do número de funcionários formados em hotelaria dentro do hotel; identificar qual cargo os formados ocupam; a necessidade de profissionais formados dentro do hotel; a formação acadêmica dos profissionais atuantes no hotel nas áreas de gerência, governança; recepção e reservas; analisar a visão dos colaboradores com relação a valorização profissional da área; propor sugestões para a gestora para melhorar a empregabilidade dos formados em hotelaria e a valorização dos profissionais atuantes.

Como a produção científica tem como objetivo apropriar-se da realidade para melhor analisá-la e, posteriormente, produzir transformações, a discussão sobre as percepções sobre a valorização profissional dos formados em hotelaria do ponto de vista de gestores e funcionários do hotel, além de aspecto prático muito relevante, reveste-se de importância para o meio acadêmico. Nesse contexto, a maior produção de estudos e conteúdos sobre formação e valorização hoteleira pode ser o início de um processo de transformação que começa na academia e estende seus reflexos para a realidade social.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Hotelaria no Brasil

A hotelaria no Brasil tem o seu início por iniciativa dos portugueses, ainda que em solo brasileiro os colonos passaram a receber viajantes em suas próprias casas e também em colégios e mosteiros como o Mosteiro de São Bento, no Rio de Janeiro. Segundo Pereira (2015, p. 516):

Os hotéis do século XIX tinham características estruturais distintas dos estabelecimentos hoteleiros da atualidade. Além dos serviços

relativos à hospedagem e à alimentação, alguns hotéis atendiam também aos eventos sociais promovidos pela sociedade da época e ao lazer proporcionado por ambientes propícios à prática do jogo.

No início da hotelaria no Brasil houve uma forte influência europeia nos meios de hospedagem, tanto nos conceitos como nas próprias construções. No entanto havia uma forte escassez de hotéis tanto no Rio de Janeiro quanto em São Paulo, ao que Andrade (2000, p. 21) comenta:

O problema da escassez de hotéis no Rio de Janeiro, que já acontecia em meados do século XIX, prosseguiu no século XX, levando o governo a criar o Decreto nº1160 de dezembro de 1907, que isentava por sete anos, de todos os emolumentos e impostos municipais, os cinco primeiros grandes hotéis que se instalassem no Rio de Janeiro.

A partir das décadas de 1930 e 1940 que os grandes hotéis começaram a ser implantados nas principais capitais do país. Através da criação do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) em 1966 iniciou-se uma nova fase na hotelaria do país, contando com o seu apoio aconteceu um maior incentivo fiscal à criação de hotéis, principalmente os de luxo. Apenas nos anos 1990 é que as grandes redes passam a construir hotéis mais econômicos e de padrão internacional, devido à grande procura dos hóspedes por esse segmento no Brasil. Treze anos mais tarde - em 2003 - o Ministério do Turismo é criado e tem como objetivo “desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social.” A partir deste momento, a Embratur passa a atuar mais na área de marketing e comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros.

A crise econômica no setor imobiliário dos Estados Unidos e a desaceleração da economia europeia em 2008 influenciaram investimentos europeus no Nordeste do Brasil. Em 2010 muitos investidores institucionais investiram no Brasil devido a grandes eventos como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos que aqui aconteceram. Em 2014, o mercado viveu um ano de grandes fusões com a participação de grandes fundos de investimentos e investidores institucionais. A hotelaria, de um modo geral, demanda muitos investimentos, conforme Mello e Goldeinstein (2012, p.09):

Além dos requisitos de capital, a hotelaria também demanda muita mão de obra, tanto na etapa de construção como na de operação do empreendimento, quando emprega uma gama diversificada de profissionais para o atendimento das diferentes necessidades dos hóspedes e do próprio negócio. Atenção especial é prestada à qualificação desses profissionais, fator determinante da qualidade e da diferenciação dos serviços prestados.

No Brasil percebe-se ainda uma forte segmentação dos empreendimentos hoteleiros. Com o intuito de aumentar a competitividade do setor, o Ministério do Turismo desenvolveu um sistema de classificação de meios de hospedagem. Segundo os autores Mello e Goldeinstein (2012, p.11):

O Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem reflete esse fracionamento ao adotar uma tipologia que os categoriza em sete diferentes grupos: hotel, hotel histórico, hotel fazenda, resort, flat/apart-hotel, pousada e cama & café. Mesmo nesses grupamentos, há diferentes segmentos de mercado, como o de hotéis de uma e duas estrelas e o de hotéis cinco estrelas.

O crescimento da taxa de ocupação nos momentos de baixa sazão é um propósito perseguido pela hotelaria como um todo. Através do impulsionamento do turismo de negócios por meio de congressos, seminários e feiras os hotéis vêm buscando um aumento nas taxas de ocupação. Alguns destinos como Florianópolis vem usando essa abordagem, conseguindo assim suavizar um pouco os efeitos da sazonalidade.

De acordo com a ABIH (2015) o Brasil possui hoje 10050 hotéis, totalizando mais de 500 mil quartos e mais de 1 milhão de leitos. O desempenho dos hotéis do país no ano de 2017 foi definido pelo terceiro ano contínuo de queda do REVPAR. A pequena melhoria da economia do país proporcionou com que a ocupação média fosse elevada de 55,2% em 2016

para 56,5% em 2017, contudo a diária média obteve uma queda de 6,7% em 2017 equiparado com o ano anterior. Conseqüentemente, o REVPAR demonstrou uma queda de 4,4% em 2017 comparado com 2016 (JLL, 2018).

O desempenho dos Resorts seguiu a tendência dos hotéis urbanos, apresentando um pequeno crescimento na taxa de ocupação de 56,7% em 2017 versus 56% em 2016, mas uma queda de 3,1% na Receita Total (JLL, 2018). Apesar do pequeno aumento da taxa de ocupação houve um aumento da oferta do número de quartos em quase quatro mil, de acordo com a JLL (2018).

De acordo com a JLL (2018) 54,8% dos hotéis urbanos tem seu foco de atuação no segmento de negócios, enquanto 18,4% lazer e 11,1% eventos. As principais cadeias hoteleiras que operam no Brasil são a Accor (300 hotéis), Choice (67), Nacional Inn (53), Intercity (35), Wyndham (32), Nobile, Transamerica, Wyndham, Blue Tree, Intercity, Windsor, Slaviero, IHG, Promenade e Bourbon. Sendo que as 10 principais marcas da hotelaria brasileira são Ibis, Ibis Budget, Mercure, Bristol, Quality, Ibis Style, Windsor, Novotel, Intercity e Nobile Suites respectivamente. Com relação às administradoras hoteleiras, destacam-se no Brasil hoje, segundo a JLL (2015) a Accor, Atlantica, Nobile Átrio e Nacional Inn. E de acordo com Silva (2007, p. 43):

A hotelaria nacional é composta por dois tipos bem distintos de negócios: a grande maioria é dominada por pequenos empreendimentos, administrados por empresários que atuam nesse mercado há bastante tempo, exercem uma administração familiar e não possuem formação na área.

Uma outra situação é a de negócios administrados por redes internacionais de hotéis que, em parceria com construtoras, incorporadoras e investidores, buscam, em áreas com maior demanda, o melhor local para implantar um empreendimento hoteleiro de médio a grande porte.

Em 2017, verificou-se que o número total de funcionários por apartamento disponível no Brasil era de 0,33%, demonstrando a grande representatividade do setor na geração de empregos (JLL, 2015). Mas, segundo Mélega (2012):

O crescimento econômico recente do País trouxe uma nova realidade para o mercado hoteleiro. É cada vez mais comum a migração de profissionais de hotelaria para setores que apresentam forte expansão, atraídos por melhores salários, turnos de trabalho mais estáveis, etc. Percebe-se assim uma evasão de mão de obra hoteleira qualificada com o conseqüente aumento de *turn over* nos hotéis no Brasil. Esta realidade aumenta a necessidade de investimento em treinamento e capacitação, como forma de minimizar o impacto negativo nos serviços prestados.

A hotelaria no Brasil vive um grande risco de não se formarem pessoas qualificadas em número suficiente para trabalharem no setor, o que traria conseqüências negativas para hóspedes, profissionais e para a imagem dos hotéis de um modo geral. Não existem objeções de que um dos grandes desafios da hotelaria no Brasil hoje para os próximos anos está em conseguir selecionar, recrutar, treinar e manter pessoas em número suficiente para atender a exigente demanda do setor (MÉLEGA, 2012).

2.2 Gestão de Pessoas

Os pontos sobre como obter importância nas empresas sempre penetraram as discussões organizacionais, transformando-se em desafios para os dirigentes (ULRICH, 2000). A transformação presente no contexto dos últimos anos é que a gestão de pessoas tem adquirido grande espaço na tentativa de responder a esses desafios, assumindo um papel cada vez mais estratégico e orientado para os resultados. Segundo Castro (2017):

Atualmente, reconhece-se a função seleção como uma ferramenta importante e integrada na estratégia de negócios empresariais. Se considerarmos que o ambiente de competição é presente nas organizações, o resultado é uma concorrência por profissionais que

agreguem valor e estabeleçam diferencial de qualidade e vantagem competitiva.

Na área da hospitalidade a qualidade dos serviços necessita de profissionais capacitados e que tenham conhecimentos necessários para o trabalho (SILVA, 2006). Entende-se assim que a formação oferecida aos trabalhadores da área deve ser voltada às exigências do trabalho desempenhado por eles, ou seja, em muitos casos o ensino técnico é mais valorizado do que o ensino superior na contratação de colaboradores para os meios de hospedagem.

2.3 Satisfação no trabalho

As necessidades das pessoas e os novos desafios organizacionais têm estimulado a estruturação de atividades de qualidade de vida nas empresas. Algumas mudanças de hábitos e culturas, além de novos paradigmas, são criadas dentro das organizações, buscando oferecer meios em que funcionários se sintam satisfeitos com seus empregos, além de programas motivacionais, de educação e informação sobre assuntos diversos, recreação e atividades a garantir saúde física e emocional dos empregados. De acordo com os autores Bonfim, Stefano e Andrade (2010, p.03):

Considera-se então que, as questões satisfação e motivação no trabalho são fundamentais no contexto organizacional, pois diversas organizações buscam o uso de tais ferramentas com o intuito de que o trabalhador satisfeito sinta-se motivado e produza mais e com maior qualidade colaborando para o crescimento da organização. O desafio das organizações está em compreender os processos e as dinâmicas que movem as pessoas, por meio de práticas que as levem a satisfação pessoal, fortalecimento e o sucesso da organização.

2.4 Formação e valorização profissional

A formação profissional na área que se deseja atuar agrega muito valor na hora de se buscar um emprego. Aquele que é formado busca encontrar na empresa onde trabalhará o reconhecimento e a valorização pela capacitação que possui. Segundo Albuquerque (1992, p.19):

A partir da valorização funcional das pessoas em função do que elas agregam de valor e não mais das funções que executam, de seus cargos, de seus papéis no processo de trabalho ou de suas posições na estrutura organizacional, pode-se enxergar a real dimensão das pessoas no contexto e proposta de desenvolvimento da empresa.

O conhecimento se transformou em algo essencial para se criar novas alternativas de produtividade com a finalidade de enfrentar a intensa e complexa competitividade entre as organizações, destaca Dall'agnol (2008, p.10):

A área de atuação em turismo abrange atividades de várias naturezas, como prestação de serviços, hospedagem, alimentação, entretenimento, entre muitos outros. Para atender às demandas de turistas e as mais avançadas tecnologias, os prestadores de serviços necessitam estar preparados.

A qualidade dos profissionais de hotelaria adquire um lugar fundamental na batalha pela competitividade, ainda que se deva destacar a delicada relação que tradicionalmente tem existido entre a educação, a formação e o mundo do trabalho, e “esta exigência do setor se faz sentir principalmente na educação superior e sua capacidade de produzir competências que sejam transferidas de forma efetiva ao lugar de trabalho” (COOPER, et al, 1996).

A qualificação dos profissionais de hotelaria também se faz necessária para o mercado de trabalho. Conforme afirma Fornari (2006, p.28):

[...] verifica-se, portanto, uma situação de mercado bastante competitiva. Os profissionais encontram um mercado de trabalho muito seletivo, que exige comprovação das suas competências e conhecimentos, uma postura ética coerente com as especificidades

da profissão e, principalmente, da consciência clara das capacidades e aptidões dos concorrentes, em um mundo cada vez mais regido pelos imperativos da globalização.

O autor salienta ainda que na atividade turística percebe-se a concorrência de profissionais pertencentes a outros setores de produção. Tornando-se importante a adequação dos recursos humanos ao perfil profissional compatível à realidade social demandada pelas exigências do setor, baseada em uma educação de qualidade.

Segundo estudo divulgado pelo Ministério do Turismo, intitulado Estudo de Competitividade do Turismo Brasileiro, publicado em 2007, o Turismo contribui com 3 (três) trilhões de dólares na economia mundial, sendo assim responsável por 9% do total, gerando 203 milhões de postos de trabalhos, correspondendo a 8% do total global.

Das áreas ligadas ao turismo, hospedagem e alimentação foram os segmentos que mais empregos geraram durante o ano de 2017 segundo o estudo "Empregabilidade no Turismo", produzido pela CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo). O relatório tomou por base dados do CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados), do Ministério do Trabalho. O número de pessoas ocupadas formalmente no turismo ano passado atingiu 2.921.314. E neste momento torna-se claro a predominância dos trabalhos ligados à alimentação e hospedagem, os trabalhadores que desenvolvem seu ofício nessas áreas são 1.907.086, 65,3% do total. O estudo também aponta crescimento do emprego na região Centro-Sul, destacando-se também Santa Catarina com 1.092 postos de trabalhos criados.

Apesar do número crescente de meios de hospedagem e do conseqüente aumento do número de empregos na área não se vê a busca e valorização por pessoas formadas na área. Segundo Oliveira (2004, p.18):

O mercado de trabalho parece não distinguir as diferenças entre formados de hotelaria ou turismo, tecnólogo ou bacharel, hoteleiro ou administrador com habilitação em hotelaria, pois no processo de contratação o que acaba contando é o currículo que o candidato apresenta. Isso se deve à recente história do ensino superior em hotelaria e ao desconhecimento, por parte dos empresários do setor, sobre quais são as habilidades e competências desenvolvidas pelos estudantes de hotelaria e de que forma seu empreendimento poderá utilizar positivamente esses conhecimentos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente artigo apresenta como método de pesquisa um estudo de caso, que, segundo Gil (2010, p.37), "consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados". Possuindo assim natureza realista, seguindo a lógica filosófica dedutiva. A prática quanto ao objetivo de estudo é descritiva e é feita através de pesquisas bibliográficas, de campo, de caráter transversal e feita baseada em um grupo focal. Os dados levantados têm abordagem qualitativa.

A pesquisa foi feita com o hotel X de médio porte no Centro de Florianópolis. Foi realizada uma entrevista com a gerente do hotel e também feito um grupo focal contendo cinco participantes, sendo eles: colaboradores dos setores de recepção, reservas e governança. Por questões éticas, o hotel e os participantes não serão identificados. A amostra será não-probabilística de caráter conforme conveniência e julgamento.

A pesquisa foi realizada através de um documento que servia de orientação para a pesquisadora durante a entrevista semiestruturada contendo 4 questões abertas aos funcionários do hotel realizadas através de um grupo focal. Para entender melhor sobre a formação dos colaboradores fez-se o seguinte questionamento: "De que forma a educação profissional que vocês tiveram influência na forma de trabalhar?". Sobre a visão do ensino como forma de valorização indagou-se que: "Através de uma formação em um curso superior de hotelaria de que forma isso afetaria a sua valorização no trabalho?". Para saber o que eles entendiam por valorização questionou-se: "De que forma o hotel poderia melhorar na valorização profissional de seus funcionários?". Como finalização para entender o que era considerado importante por eles para se exercer a função foi perguntado: "Qual a característica mais importante para se exercer a profissão?"

Para evitar possível constrangimento as perguntas do grupo focal, a gerente do hotel foi realizada uma entrevista com 3 questões semiabertas separadamente. O primeiro questionamento foi “Quais os critérios que você avalia na hora de contratar um funcionário?”, dando sequência perguntou-se “De que forma o hotel busca valorizar os profissionais com formação na área?” e finalizou-se com a questão “Quais as vantagens de ser ter um profissional com formação dentro do hotel?”.

O método de procedimento deste trabalho foi o estudo de caso do hotel X, que conforme Yin (apud ROESCH, 1999, p. 155). “é uma estratégia de pesquisa que busca examinar um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto”.

As entrevistas foram transcritas na íntegra e a técnica utilizada para a análise foi a de conteúdo do tipo categorial-temática. A análise de conteúdo é citada por Zanelli (2002, p.86) como “o recurso privilegiado na pesquisa qualitativa”, pois permite que o pesquisador identifique sutilezas e desfaça dúvidas por meio do processo de “afunilamento”, cuja essência é a busca da informação em direção à resposta ao problema de pesquisa.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

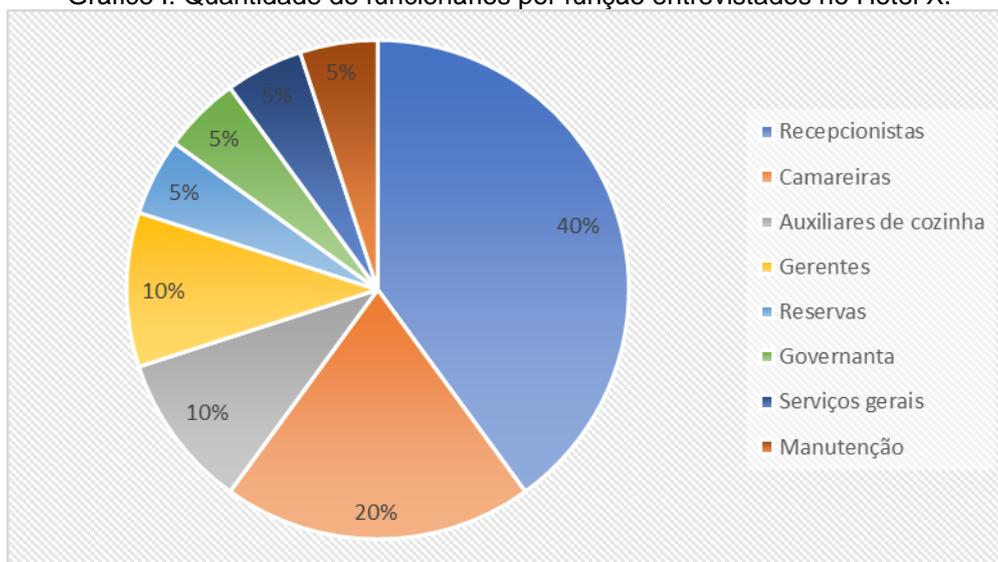
O estudo de caso foi realizado em um hotel independente de propriedade familiar, de pequeno porte, e considerado hotel de classe executiva econômica. Possui 52 unidades habitacionais, diversificadas, de apartamento solteiro até apartamentos conjugados para cinco pessoas, alguns com sacada. Estão distribuídos em 6 andares, dos quais 9 unidades por andar e 7 unidades no 6º andar. Também possui um salão para café da manhã, *hall*, área social, elevador, recepção, governança juntamente com lavanderia e rouparia, manutenção e pequeno refeitório para funcionários. No terraço, possui uma grande área aberta. Na área Administrativa encontra-se a sala de gerência, sala do setor de RH e financeiro, e o setor de compras. Possui ainda estacionamento e garagem. Os apartamentos possuem ar condicionado, TV de LCD com sinal a cabo, frigobar, telefone, cofre individual e internet wireless gratuita.

O hotel foi inaugurado na década de 1960 sendo um dos primeiros hotéis da cidade, resistindo ao tempo e se consolidando no mercado hoteleiro da região. No total o hotel possui 20 colaboradores: 8 recepcionistas; 1 chefe de recepção/reservas; 1 gerente financeira; 1 gerente geral; 1 governanta; 4 camareiras; 1 serviços gerais; 1 manutenção, 2 auxiliares de cozinha. Como representado no gráfico (I).

No total são 52 unidades habitacionais divididas nas categorias: solteiro; solteiro luxo; casal/duplo; triplo; conjugado; quintuplo. No hotel não há serviço de quarto, sendo café da manhã a única refeição servida por eles.

O público alvo do hotel são executivos de passagem pela cidade, mas englobando também através de convênios professores e alunos de escolas/faculdades próximas. Por ser próximo a centros médicos o hotel atrai também bastante público da área da saúde.

Gráfico I: Quantidade de funcionários por função entrevistados no Hotel X.



Fonte: Pesquisadora (2019)

4.1 Caracterização do grupo focal

Os participantes do grupo focal têm idade média de 32 anos, dois deles tem curso superior completo, um tem curso superior incompleto, um tem curso técnico e um tem somente ensino médio. A governanta é formada em psicologia e trabalha a cerca de 2 anos no hotel (chamaremos de M). Uma recepcionista é formada em hotelaria e trabalha há 2 meses no hotel (chamaremos de C). Um recepcionista tem curso superior incompleto em publicidade e propaganda e trabalha há 3 anos no hotel (chamaremos de V). O gerente de reservas e recepção possui curso técnico em administração e trabalha há 5 anos no hotel (chamaremos de W). A camareira possui apenas ensino médio e trabalha há 8 anos no hotel (chamaremos de J). Na indústria hoteleira se torna cada vez, mais essencial a presença de pessoas com alto grau de instrução. As organizações precisam menos da simples mão-de-obra humana e mais de pessoas qualificadas, interativas, criativas e multifuncionais (MOTA, 2011).

Para a realização do grupo focal foram chamados os colaboradores com disponibilidade no momento da realização da entrevista. Para tanto participaram: 2 recepcionistas, 1 gerente de reservas/recepção, 1 governanta, 1 camareira. O grupo focal foi realizado dia 16 de novembro de 2018 no período da tarde e teve duração de aproximadamente 40 minutos. Os entrevistados estavam sentados à vontade em roda. A entrevista seguiu um roteiro de perguntas abertas, mas sendo permitido outros questionamentos que fossem surgindo, sempre guiados pelas pesquisadora-moderadora. Buscou-se anotar aspectos como: opiniões, ideias, observações, preferências e necessidades apresentadas pelos colaboradores.

A moderadora tinha como funções: incentivar a participação de todos, buscando evitar o predomínio de algum participante sobre os demais, e manter a discussão nos limites dos tópicos de interesse. Não era função da moderadora fazer nenhum tipo de julgamento. Os dados obtidos foram anotados, registrando-se a fala de cada participante procurando-se refletir sobre o conteúdo da discussão. Na análise dos dados, procurou-se verificar as tendências e padrões das opiniões exibidas.

Ao serem questionados sobre de que forma a educação acadêmica que eles obtiveram influenciava na forma que trabalhavam, constatou-se que todos acreditavam ter retirado proveito de algo de sua formação para a sua atual função. A exceção foi a camareira J que disse que tudo que aprendeu foi somente na prática. E a única que disse ter todo seu estudo direcionado a hotelaria foi a recepcionista C formada na área. Em concordância com Lima e Sinésio (2018, p.17):

Portanto, analisa-se que a qualidade dos serviços ofertados não está relacionada só a uma formação, mas sim no conhecimento que um gera para o outro, pois pessoas que já retêm conhecimentos e habilidades na área analisada, devido ao tempo em que trabalham nesse segmento, têm a acrescentar para aquelas pessoas que estão se formando em um curso de Hotelaria. Por outro lado, os Bacharéis neste curso tendem a qualificá-la com seus conhecimentos teóricos aprendidos na formação acadêmica.

4.2 Formação e valorização profissional

Outro tema para discussão foi de que se através de uma formação em um curso superior de hotelaria isso afetaria de que forma a sua valorização no trabalho. Eles expressaram então algumas opiniões e desejos sobre as suas funções. O colaborador W disse não saber exatamente de que forma afetaria a sua valorização, mas talvez se formando na área ele exercesse de maneira mais eficiente algumas funções sendo assim, mais valorizado pela empresa. O colaborador V concordou com o pensamento de W e acrescentou que teria mais informações sobre os setores podendo até ser promovido um dia. A recepcionista C acredita que ter formação na área facilitou-lhe para conseguir o emprego e que faria com que suas opiniões e visões de mercado sejam levadas em conta facilitando talvez uma promoção depois um tempo na empresa. A camareira J acredita que com um curso superior pudesse chegar ao cargo de governanta. A funcionária M disse que o curso lhe permitiria ter uma visão melhor do hotel como um todo, melhorando assim seu desempenho e sendo valorizada por isso como consequência.

Ao serem questionados sobre de que forma o hotel poderia melhorar na valorização profissional de seus funcionários muitos ficaram pensativos até que surgiram algumas ideias. De modo geral foi sugerido: através de reuniões feitas com os gestores levando-se em conta a opinião dos colaboradores seria um modo de reconhecimento; salarialmente; premiações; incentivo ao estudo; participação em eventos da área; funcionário do mês. A opinião que mais divergiu foi da funcionária C que disse que seria através de uma maior contratação de pessoas formadas na área.

Uma pergunta que surgiu no meio da entrevista feita pela moderadora era se os colaboradores se sentiam valorizados profissionalmente pela administração do hotel. Houve um certo momento de tensão com essa pergunta e um silêncio. A funcionária M então disse que poderiam ser mais valorizados dentro do hotel e os outros concordaram. A funcionária C disse que não sente diferença ou não ser formada na área para o hotel e que com a prática do meio todos podem chegar ao mesmo patamar, e que de certa forma é desanimadora a realidade para quem se forma e vem para a realidade do dia a dia. Um colaborador valorizado e satisfeito com seu trabalho é muito importante dentro do hotel, pois, conforme Pereira (2005, p.19): “Uma força de trabalho satisfeita contribui para níveis mais elevados de produtividade em resultado da diminuição do absentismo, da saída de bons empregados e de incidentes negativos derivados de comportamentos destrutivos.”.

Para encerrar a entrevista foi questionado sobre a característica mais importante para se trabalhar na hotelaria. Entre as respostas estão que a pessoa tem que ser competente naquilo que faz, possuir simpatia e gentileza, muito jogo de cintura, força de vontade e vontade de trabalhar. Todos concordaram com a frase de C que hotelaria é para quem ama.

4.3 Análise de entrevista

A segunda parte do estudo envolveu uma entrevista semiaberta com a gerente financeira/RH do hotel (que chamaremos de U). U trabalha no hotel há 5 anos e é formada em Gestão de Pessoas, tendo iniciado os cursos de hotelaria e psicologia, porém não concluído. A primeira pergunta era sobre quais critérios que ela avaliava na hora de contratar um funcionário e ela respondeu que olhava primeiro o grau de instrução, depois as experiências profissionais para então selecionar para uma entrevista. Durante a entrevista ela levava em conta a postura do candidato e procurava conhecer um pouco mais sobre a sua vida e as experiências profissionais anteriores.

Ao ser questionada de que forma o hotel buscava valorizar os profissionais com formação na área foi respondido que recentemente optou-se por dar a oportunidade de um vaga na recepção para uma moça que se formou em hotelaria. Mas, no entanto, foi relatado que não existe tanta procura de gente com formação acadêmica na área e acabam então as experiências profissionais contando mais.

Ao ser indagada sobre quais seriam as vantagens de ser ter um profissional com formação dentro do hotel ela respondeu acreditar que essa pessoa traga uma nova visão de mercado, com atualidades do mundo hoteleiro e saiba criar novas soluções para problemas que encontre dentro do hotel. Disse também ser alguém que já vem capacitado e preparado para lidar com diversas situações dentro do hotel. Ainda segundo Ulrich (2000) conhece-se pouquíssimo sobre como a gestão de pessoas atinge o desenvolvimento e a manutenção das capacidades organizacionais e que ainda é preciso pesquisar mais as relações entre estas e a efetividade organizacional.

A partir da entrevista com a gerente constatou-se que ainda é muito pouco o número de pessoas formadas no mercado de trabalho. Marques (2003) cita que na maior parte dos casos, o gerente hoteleiro encontra-se perante fatos consumados, dos quais tem que tirar o melhor proveito, o seu conhecimento técnico tem assim de ser multifacetado e sua capacidade de evoluir deve estar de acordo com a circunstância. Para a contratação ainda se é considerado como mais importante as experiências profissionais anteriores do que a acadêmica. Com o objetivo de tornar as ideias principais mais concisas e claras criou-se a tabela 1.

Tabela 1: Resumo contendo as principais ideias demonstradas neste artigo através do ponto de vista da gestora e do grupo focal.

Ideias principais	Gestora	Grupo Focal
Educação obtida x forma de trabalhar	<i>Para graduados em hotelaria:</i> nova visão de mercado; solução de problemas de maneira inovadora. <i>Outras formações:</i> -	<i>Para graduados em hotelaria:</i> Possibilidade de agir conforme o estudado; visão ampla sobre toda a organização e não somente sua área de atuação. <i>Formações em outras áreas:</i> Conhecimento financeiro; relação interpessoal; aprendizagem na prática; Liderança
Graduação em hotelaria x valorização da formação	Contratação de profissionais graduados;	Maior capacitação para exercer atividades; possibilidade de crescimento na empresa.
Modo de valorização almejada pelos funcionários	-	Premiações; melhorias salariais; incentivo ao estudo e participação de eventos.
Características profissionais x contratação	Formação; experiência profissional; entrevista.	Competência; simpatia; boa relação interpessoal; disposição

Fonte: Pesquisadora (2018)

A pesquisa torna-se limitante por não fornecer dados quantitativos, fazendo com que as informações obtidas não possam ser generalizadas. Seriam necessárias mais pesquisas em outros hotéis para a confirmação da criação de um padrão com relação ao ponto de vista dos colaboradores sobre sua valorização profissional.

5 CONCLUSÃO

Por meio da análise do estudo do grupo focal percebeu-se que a maioria dos funcionários do hotel não tem formação em hotelaria ou em nível superior, e que os graduados encontram-se trabalhando na recepção. De modo geral percebeu-se que os colaboradores não se sentem completamente valorizados dentro da empresa, estes também concordam quanto ao modo da empresa demonstrar a valorização: convergindo para o âmbito de benefícios financeiros como forma de reconhecimento ao bom trabalho prestado. A possibilidade de concluir um curso superior em hotelaria salienta o anseio dos colaboradores em terem a possibilidade de crescimento profissional dentro da empresa estudada, levando a entender que esta seria a forma mais alta de valorização de suas funções. Apesar de que quem é graduado possui a percepção de no campo empregatício a educação de nível superior na área de hotelaria não faz diferença para a contratação. Fato discordado pela gestora, que alega poucos profissionais graduados buscando emprego, que a leva a tomar a decisão na contratação com base em experiências anteriores.

O crescimento do setor hoteleiro e a consecutiva preocupação com os níveis de qualidade dos serviços que são prestados exigem que seja repensada a formação especializada dos profissionais do setor. A qualidade dos serviços oferecidos depende de uma formação profissional séria e continuada. A parceria entre as instituições de ensino e o mercado de trabalho é necessária para melhorar o nível de ambos. No caso das empresas hoteleiras, é clara sua necessidade de mudança de atitude com relação ao seu quadro funcional e forma como valorizam seus profissionais. As empresas precisam se interessar mais pela educação de seus colaboradores, pela motivação, pela satisfação no trabalho e pela integração e assimilação do colaborador com o hotel. Nas condições atuais do mercado turístico, a educação e a formação turística devem ser processos contínuos em que o objetivo é o desenvolvimento de um capital humano capaz de se adaptar com flexibilidade aos objetivos futuros que o setor está requerendo e é a principal fonte de competitividade. Os cursos superiores em hotelaria são uma boa maneira de atender esta exigência.

Ao que a pesquisa indicou a percepção sobre a graduação e a valorização do tecnólogo em hotelaria é pequena. Importante ressaltar que esta pesquisa tem como fatores limitantes abordagem de poucos profissionais e apenas um gestor de um hotel executivo, e que estas percepções possivelmente seriam alteradas em locais com maior atuação de graduados ou de outras tipologias de hotéis. Como sugestões para pesquisas futuras ter como objeto de pesquisa hotéis com número maior de funcionários formados em hotelaria e gestores formados na área também. A autora explicita a importância da realização deste tipo de discussão em salas de aula e dos próprios hotéis geridos por graduados na área, além de mais produções de artigos acadêmicos sobre o tema, principalmente para compreender se o profissional graduado está de fato sendo valorizado e reconhecido pelo seu estudo.

REFERÊNCIAS

- ABIH (2018). Disponível em: < <http://www.abih-sc.com.br/?s=meios+de+hospedagens+em+florian%C3%B3polis>>. Acesso em: 15 de maio de 2018.
- ALBUQUERQUE, Lindolfo G. **Estratégia de recurso humano e competitividade**. Revista de Administração. São Paulo: v. 27, n. 4, 1992.
- ANDRADE, Nelson; BRITO, Paulo Lucio de; JORGE, Wilson Edson. **Hotel: Planejamento e Projeto**. 2. Ed. São Paulo: SENAC, 2000.
- BONFIM, T. M.; STEFANO, S. R.; ANDRADE, S. M. **Satisfação e motivação no trabalho dos servidores públicos de uma prefeitura de pequeno porte do estado do Paraná: uma análise a partir do clima organizacional**. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, São Paulo, 2010.
- CASTELLI, G. **Administração Hoteleira**. 8. Ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.
- CASTRO, Deosir F. **Gestão de Pessoas**. IFSC, 2017. (Anotações de sala de aula)
- CNC. **Empregabilidade no Turismo**. 2017. Disponível em: <http://cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/analise_empregabilidade_no_turismo_2017.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2018.
- COOPER, C.; SHEPHERD, R.; WESTLAKE. **Educating the Educators in Tourism: a manual of tourism and hospitality**. Surrey: WTO/Univ. of Surrey, 1996.
- DALL'AGNOL, S. **O Perfil do Prestador de Serviços Hoteleiros e da Gerência na era da Informação e do Conhecimento**. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL (SeminTUR). Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2008.
- EMBRATUR (2000). Disponível em: <<http://www.embratur.gov.br/>>. Acesso em: 18 de ago. 2018
- FORNARI, I. S. **Educação Superior em Turismo: o profissional de turismo frente às competências exigidas pelo mercado de trabalho do setor hoteleiro de Natal**. Dissertação de Mestrado em Administração – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2006.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisas**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- JLL. **Hotelaria em Números – Brasil**. 2018. Disponível em: < <http://www.jll.com.br/brazil/pt-br/relatorios/207/hotelaria-em-numeros-2018>>. Acesso em: 10 de out. de 2018.
- LIMA, Thales Batista; SINÉSIO, Ielsem de Sousa. **As competências de gestores hoteleiros: Reflexões entre formação e atuação profissional em hotelaria no brejo paraibano**. Paraíba, 2018. Disponível em: <<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/viewFile/3791/2480>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

MARQUES, J. A. **Introdução à Hotelaria**. Bauru: EDUSC, 2003.

MÉLEGA, Paulo. **Um grande desafio para a hotelaria brasileira**. 2012. Disponível em: <http://www.revistahotelnews.com.br/portal/opiniaop.php?get_op=146>. Acesso em: 15 nov. 2018.

MELLO; GOLDSTEIN, M. **A perspectiva da hotelaria no Brasil**. BNDES, 2012.

MOTA, K. C. N. **Educação Superior em Turismo no Brasil: análise dos cursos no contexto contemporâneo e a oferta tecnológica nos Institutos Federais no Nordeste**. Tese de Doutorado em Administração e Turismo. UNIVALI, Itajaí, 2011.

MTUR (2015). Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/institucional.html>>. Acesso em: 23 de nov. de 2018.

OLIVEIRA, Maria Angélica Rovina Galvão de. **Panorama do ensino superior em hotelaria no Brasil: Abordagens e Caracterizações**. 2004. Disponível em: <<https://www.unimep.br/phpg/bibdig/pdfs/2006/FCVLICPLCLJV.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2018.

PEREIRA, Jorge Parreira. **A Satisfação no trabalho: uma aplicação ao sector hoteleiro da ilha de São Miguel**. 2005. Disponível em: <<https://repositorio.uac.pt/bitstream/10400.3/506/1/DissertMestradoJorgeParreiraEstevesPereira.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

PEREIRA, Raquel Maria Fontes do Amaral. **Origens, evolução e tendências do setor hoteleiro de Balneário Camboriú/SC**. 2015. Disponível em: <www.univali.br/periodicos>. Acesso em: 20 nov. 2018.

ROESCH, Sylvia M.A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 2 Ed. São Paulo, 1999.

SILVA, Juliana Prado. **Reflexões sobre o universo da hospitalidade comercial**. Revista Espaço acadêmico, n. 62, julho/2006.

ULRICH, D. **Recursos humanos estratégicos: novas perspectivas para os profissionais de RH**. São Paulo: Futura, 2000.

ZANELLI, José Carlos. **Pesquisa qualitativa em estudos da gestão de pessoas**. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/epsic/v7nspe/a09v7esp.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2018.