

O Perfil do Prestador de Serviços Hoteleiros e da Gerência na era da Informação e do Conhecimento ¹

Sandra Dall'Agnol²
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Resumo

O presente artigo tem por objetivo descrever as mudanças no perfil do trabalhador e da gerência na história da gestão empresarial, com o intuito de identificar as características do funcionário prestador de serviços hoteleiros no momento conhecido como a era da informação e do conhecimento. A revisão bibliográfica permite apresentar as características requeridas e a serem consideradas quando as funções forem exercidas na hotelaria e no turismo, destacando-se a criatividade, a determinação, o conhecimento de línguas estrangeiras, entre outras.

Palavras chave: turismo; hotelaria; prestador de serviços hoteleiros; globalização.

Introdução

Nos dias atuais, o capital humano está em evidência e o trabalhador deverá apresentar um perfil bastante diferente do das décadas passadas, principalmente o prestador de serviço que se coloca em contato direto com o cliente.

Do início dos anos 50 até o final dos anos 70, os peritos em qualidade preocupavam-se principalmente com a qualidade dos produtos físicos. Mais de 30 anos de esforços determinados se passaram para melhorar a qualidade técnica. Foi somente no início dos anos 80 que surgiu o interesse pela qualidade dos serviços e pelo comportamento humano (MOLLER, 1999, p.5).

A abrangência desta análise demonstra como os trabalhadores devem atuar, no sentido de serem profissionais capacitados frente ao concorrente mercado de trabalho. “Pessoas capazes na prestação de serviços, são aquelas que possuem excelente qualificação pessoal, espírito de serviço, capacidade de reação e recuperação” (CASTELLI, 2000, P.38).

¹ Trabalho apresentado ao GT “Turismo e Desenvolvimento Regional” do V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008.

² Mestranda em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul – UCS, Bacharel em Turismo pela Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul. Endereço eletrônico: sandragnol@yahoo.com.br

Os autores consultados definem as qualidades pessoais necessárias ao bom profissional. “A qualidade pessoal resulta, pois, do somatório das aptidões inatas de cada indivíduo e de todos os elementos a eles agregados através da educação e do treinamento. É esta qualidade que os empregados estarão reproduzindo no momento em que estão interagindo com os clientes” (CASTELLI, 2000, p.39). Também é importante considerar que: “A pessoa que presta serviço é quem determina, em grande parte a maneira pelo qual o receptor o percebe” (MOLLER, 1999, p.58).

Assim, a discussão torna-se útil e serve para indicar as mudanças ocorridas no decorrer da história da gestão empresarial e os desafios a serem enfrentados pelos prestadores de serviços hoteleiros frente ao novo mercado de trabalho.

O perfil do trabalhador na história da gestão

O conhecimento sobre gestão empresarial é fruto da história, das ações e da sociedade. Com o passar do tempo, explicações e teses que não tinham validade foram eliminadas para a incorporação de outras, consideradas mais pertinentes. Embora a gestão seja praticada desde o início da civilização, seu estudo como ciência é recente e a evolução de seus modelos variou marcada por várias fases diferentes, conforme se verá a seguir.

Antes da Revolução Industrial, a produção artesanal era realizada em oficinas que ficavam junto das casas dos trabalhadores (artesão, na época). Era uma produção de subsistência, assim como acontecia na agricultura, tentando suprir as próprias necessidades e da aldeia onde se localizavam. O mestre do trabalho realizado era o pai de família que contava com a ajuda de seus aprendizes, pessoas da própria família ou ajudantes que tinham interesse em aprender as técnicas artesanais. O mestre ensinava os aprendizes à fabricar peças, não sendo feita nenhuma exigência quanto à quantidade e à qualidade da produção. Tanto que os artesãos não tinham nenhum interesse em produzir mais, sacrificando seu lazer; bastava-lhes garantir a renda para a sobrevivência. As características e as responsabilidades do mestre eram basicamente as mesmas dos aprendizes, a única diferença estando no repasse dos seus conhecimentos aos iniciantes, que era o dever do mestre, juntamente com a organização do local de trabalho.

A moradia servia de oficina de trabalho. O artesão fazia assim a sua clientela e

Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

sobrevivia dos frutos de sua habilidade técnica. Pouco a pouco os negócios iam prosperando e eles iam contratando ajudantes e aprendizes, que com eles viviam e aprendiam o ofício. Tornar-se aprendiz significava ter uma profissão e dominar uma técnica no futuro. Durante os anos de aprendizado, no entanto, o discípulo devia obediência total ao mestre de ofício em troca de habitação e de um pequeno salário. Tratava-se de uma ética paternalista de lealdade em troca de proteção. Esses artesãos profissionais eram donos da matéria-prima e das ferramentas utilizadas em seu trabalho e eles cuidavam de todo processo de produção, vendendo o produto acabado. O trabalho artesanal nas oficinas e a produção de manufaturas baseava-se na autoridade tradicional do mestre, que controlava de forma personalista o seu negócio e as relações com os seus ajudantes aprendizes (MOTTA E VASCONCELOS, 2002, p. 23).

O trabalho era executado exigindo do trabalhador a aplicação de habilidades para montagem dos produtos. Com o advento da Revolução Industrial, período que teve início no século XVIII e seguiu até a década de 1960, o processo de produção passou por transformações tecnológicas (motor e máquina a vapor). Somente as pessoas com maior poder econômico (capitalistas), tinham condições de adquirir as novas máquinas, dominando assim a produção. As oficinas domésticas foram substituídas e os artesãos, sem condições de competir, foram obrigados a trabalhar nos espaços onde as máquinas estavam localizadas, submetidos a horários fixos e trabalhos repetitivos.

Em uma fase posterior do sistema manufatureiro doméstico, o mercador-capitalista passa a ter a prioridade das máquinas e dos instrumentos de trabalho e, muitas vezes, do prédio e das instalações no interior dos quais a produção se realizava. O empreendedor, nesse tipo de sistema, contratava os artesãos para acionarem os instrumentos de trabalho e exercerem a sua habilidade técnica fabricando os produtos. Fornecia-lhes a matéria-prima e apropriava-se dos produtos acabados, pagando apenas por sua mão-de-obra. Com a consolidação do sistema fabril, o artesão passou a vender apenas sua força de trabalho (MOTTA E VASCONCELOS, 2002, p. 27).

A unidade doméstica de produção, como a oficina e o artesanato em família, desapareceu com a competição e surgiu uma nova unidade de operários, só que agora junto às máquinas e dentro das fábricas. Iniciou-se a relação patrão - empregado, nasceram as organizações empresariais e a preocupação com a produção fez com que os industriais se interessassem por técnicas de gestão eficientes. As tarefas eram repetitivas, rotineiras e feitas pelos funcionários sempre da mesma maneira, sem estes estarem incumbidos das mudanças ou inovações.

Os gerentes eram pessoas que asseguravam que o trabalho saísse da maneira delegada pelo patrão. Gerente, para Drucker (1984, p.5), é “um funcionário contratado que goza de um mínimo de autoridade e recebe um salário um pouco superior ao dos funcionários que atuam sob a sua responsabilidade.”

Neste período, o papel delegado ao gerente era de assegurar que os trabalhadores produzissem em grande quantidade, sendo colocados como apêndices das máquinas. A estrutura funcional exigia um funcionário com características físicas de muita força, pois o trabalho da época era pautado em longas jornadas de trabalho e muito esforço físico. “O sistema fabril mecânico regulava o trabalho do homem em torno do funcionamento da máquina, exigindo um ritmo maior de trabalho e uma jornada de trabalho maior. A máquina transformou-se no foco central do processo produtivo” (MOTTA E VASCONCELOS, 2002, p. 27-28).

Os autores explicam que após esta fase, no fim da primeira guerra mundial, Henry Ford desenvolveu e aperfeiçoou o sistema de trabalho em linhas de montagem por meio de fabricação em série, onde os operários podiam permanecer em seus postos de trabalho, movimentando-se na fábrica o mínimo possível e ganhando tempo. As inovações de Ford permitiram a eliminação de quase todos os movimentos desnecessários das ações dos trabalhadores e procurava organizar as tarefas requerendo o mínimo consumo de força de vontade e esforço mental. Ford também adotava uma forma rígida de divisão de trabalho, tanto vertical como horizontalmente, que pela linha de montagem racionalizava o trabalho ao máximo para conseguir economias de escala importantes, cortando os custos na produção de um único produto, o modelo de automóvel que ficou conhecido como Ford bigode preto.

Um dos problemas, porém, é a concentração de uma visão voltada para a produção eficiente de um único modelo. Trata-se de uma mentalidade que favorece a quantidade em detrimento da qualidade e uma visão voltada para o produto em detrimento de uma visão voltada para o mercado. Favorecem-se economias de escala, mas não economias de escopo. O fordismo permitiu a generalização da linha de montagem e de um sistema econômico fundamental para a consolidação da sociedade industrial, porém sofreu com os efeitos da rigidez de seu modelo e os problemas ligados ao controle de pessoal. O sistema era eficiente, mas não favorecia a inovação e a adaptação ao mercado (MOTTA E VASCONCELOS, 2002, p. 41).

Passado este período, no início da década de 1960 até a década de 1980, o mundo da produção começou a mudar mais rapidamente e novas formas de pensar surgiram com a alteração da estrutura organizacional, trazendo uma preocupação com a qualidade dos produtos fabricados. Os processos de produção tiveram melhoramentos na qualidade dos produtos, para a satisfação dos desejos dos clientes. Essa nova visão de negócios iniciou com a contratação do americano Eduardo Deming pelo governo japonês, para atuação no senso populacional daquele país. Ele disse aos japoneses,

É um erro supor que a produção eficiente de produtos possa, com certeza, manter a empresa solvente e na frente dos seus concorrentes. A melhoria no campo da produtividade deve ser acompanhada da melhoria no campo da qualidade. O ramo da qualidade está precisando de uma melhoria substancial. O que os japoneses aprenderam é que nenhuma empresa, ou indústria ou setor, não possui recursos para competir nessa nova era econômica da qualidade (DEMING, 1991, p.115).

Assim Deming foi reconhecido por ser capaz de equilibrar produtividade com qualidade. A nova estrutura organizacional não era mais tão rígida porque a gestão baseava-se no advento da qualidade. Os funcionários começaram a produzir em processos padronizados visando uma produtividade com qualidade, o trabalho continuou sendo mecânico, repetitivo e dependendo da habilidade física, só que manuais de processo de qualidade. O conhecimento que o funcionário possuía estava junto das máquinas e permanecia com elas quando ele saía da empresa.

Os gerentes continuavam a desempenhar o papel de garantia do desempenho dos funcionários com a produção, só que neste momento fazendo com que a qualidade dos produtos fosse a melhor possível. Cuidavam do recrutamento, avaliação, remuneração, higiene e segurança no trabalho. Houve também a preocupação com a capacidade técnica e as organizações fomentaram treinamento aos funcionários (DEMING, 1991).

A partir dos anos 1980, houve uma revolução na consciência de qualidade e surgiram novas formas de pensar a respeito da mesma. Ao invés de concentrar o interesse apenas na qualidade do produto, a nova consciência concentrou-se na qualidade dos produtos e serviços para satisfazer as expectativas e desejos dos clientes.

Em 1989, com a queda do Muro de Berlin, o dito mundo comunista sofreu sérias rupturas. Os países comunistas contavam com uma economia fechada, na qual o governo tomava todas as principais decisões econômicas. A queda na produtividade e outros problemas econômicos levaram estas nações a experimentar medidas capitalistas e a dar espaço aos investimentos estrangeiros. Novos procedimentos espalharam-se para os demais países comunistas da Europa, e todo esse rápido processo acelerou a integração econômica e política: a Era da Globalização. Um dos aspectos mais importantes da globalização é a expansão das multinacionais, empresas que possuem unidades em inúmeros países ou continentes.

A tecnologia da informação, integrando televisão, o telefone e o computador, trouxe desdobramentos reduzindo distâncias. A medida que os computadores avançavam, mais competidores entravam no mercado com melhor desempenho no

serviço prestado. As mudanças passam a fazer parte da vida dos trabalhadores, inicialmente vagarosas e agora muito velozes, as informações devendo ser captadas rapidamente e transformadas em conhecimento para atingir e satisfazer as necessidades dos consumidores.

Em relação a essas mudanças, observa-se que os paradigmas foram quebrados e cada um constrói seus valores através de equipes e conhecimentos inovadores. Para Kenichi Ohmae estamos vivendo em um novo continente, chamado por ele de “Continente Invisível”,

O continente invisível é novo, no sentido de que foi descoberto apenas nos últimos 50 anos. Em tese, sua colonização iniciou somente em meados da década de 1980 e ficou conhecido pelas mudanças em escala global. Reconhecidamente, se não houvesse computadores, o novo continente jamais teria vindo a luz. As tecnologias foram necessárias a sua existência, mas não suficientes. Um crescente número de teóricos tenta mapear as características essenciais do novo continente e as forças que o trouxeram à luz. No entanto, ainda falta uma compreensão aprofundada das conexões entre tais forças. Nem sempre se percebe que as mudanças dos últimos 20 anos se fortalecem mutuamente e tampouco se reconhecem suas repercussões em organizações de negócios e de governo. Na esfera da política e dos negócios, vários tomadores de decisão já admitem que o mundo se transformou num ambiente político-econômico fluido e sem fronteiras. Estão cientes da importância do novo continente e de que suas decisões contribuem para dar-lhe forma, mas ainda não conseguem atuar nele de forma eficaz. Não sabem como traduzir seu conhecimento em ação (OHMAE, 2001, p. 30).

A competitividade tornou-se intensa e complexa entre as organizações. O conhecimento tornou-se fundamental e o desafio passou a ser a produtividade do conhecimento através das informações recebidas. A maior responsabilidade dos gerentes atuais é de tornar o conhecimento criado por seus funcionários, útil e produtivo, capaz de desencadear produtos e serviços diferenciados. Eles precisam ser inteligentes e criativos. Para isso, tornou-se necessário identificar as habilidades e dispor o trabalhador em ambientes que este possa provocar as mudanças necessárias.

Daqui a algumas centenas de anos, quando nossa história estiver sendo escrita, muito provavelmente o mais importante evento que os historiadores verão não será a tecnologia, nem a Internet, nem o comércio eletrônico. Será a mudança sem precedentes ocorrida na condição humana. E pela primeira vez na história temos de aprender administrar a nós próprios. Essa é a mudança maior do que a trazida por qualquer tecnologia (DRUCKER, in VOCÊ S. A, 2001, p.50).

A única certeza é a permanente mudança na chamada sociedade pós-industrial, onde a palavra globalização é a mais utilizada. Segundo De mais (2000), os fatores que

identificam a mudança da sociedade pós-industrial são: a passagem da produção de bens à produção de serviços; crescente importância da classe de profissionais liberais e técnicos, em relação a classe operária; papel central do saber teórico; gestão do desenvolvimento técnico que não pode mais ser administrada por indivíduos isolados, nem mesmo por um só Estado, e criação de uma nova tecnologia intelectual. “As sociedades pós-industriais tornaram-se teias de reprodução seletiva de oportunidades, que isolam das massas alguns poucos ‘iluminados’” (TRIGO, 1998, p.131).

Os novos caminhos não são livres de perigos e incertezas. Toda uma reconfiguração mundial está tomando forma e, desta vez, os ventos da revolução não se fazem sentir como terremotos ou tempestades abruptas e aterrorizantes. São forças mais poderosas, mais profundas e permanentes. Não se apresentam como ondas gigantes ou fraturas repentinas na terra. Todavia, como marés e os ventos do deserto, alteram constantemente as formas e o poder das sociedades e da política, transformam a cada nanossegundo a economia e inserem novas idéias e novos produtos no meio das pessoas. Não respeitam fronteiras nacionais, preceitos religiosos, partidos ou modelos políticos e sistemas filosóficos. Apenas trazem o novo e deixam que ele transmute o mundo rumo ao desconhecido (TRIGO, 1998, p.177-178).

Como destaca Castells (1999) a tecnologia (Internet, intranet, fax, novos modelos de telefonia digital, etc.) permite o contato entre os diversos mercados, entre os diversos países, instantaneamente, em tempo real, garantindo o acesso a informações, o trabalho à distancia e a realização de investimentos econômicos rápidos em diversos mercados, aumentando a velocidade com que circulam o capital, os produtos e serviços. O processo de informação está continuamente concentrado na melhoria da tecnologia do processamento da informação como fonte da produtividade em um círculo virtuoso característico do sistema econômico atual.

Nos momentos que antecedem a era do conhecimento, viu-se a importância na mecânica, por processos, e agora volta-se a compreender o valor do ser humano no processo produtivo. Após uma economia baseada na produção, inicia a economia baseada no serviço e isso é uma tendência muito importante no mundo empresarial moderno, porque todos estão sentindo a necessidade e tendo a oportunidade de alcançar níveis de excelência no que fazem.

O Prestador de Serviços Turísticos e Hoteleiros

O desenvolvimento do turismo no Brasil, nos últimos anos, trouxe uma expansão

nas empresas hoteleiras, que no setor turístico são caracterizadas pela prestação de serviços. A qualidade desses serviços depende da especialização do capital humano, adquirida através de um processo de inovação constante para chegar a uma formação profissional de qualidade, suprimindo as necessidades que o setor enfrenta com a carência de mão-de-obra especializada e com as mudanças que o mundo apresenta (CASTELLI, 2000).

O autor demonstra ainda que se tornou um grande desafio atingir e conseguir manter, o que é mais difícil, o padrão de qualidade que os clientes das empresas prestadoras de serviços esperam. Para atingir um alto grau de qualidade, todos os funcionários devem estar capacitados para assumir integralmente os desafios das funções da empresa, principalmente na hotelaria, em que os funcionários são a peça principal que embalam a excelência dos serviços.

Todos devem sentir-se responsáveis para contribuir e assegurar que os serviços sejam desempenhados com qualidade. Na economia dos serviços, todos os funcionários são o espelho da empresa, desde o gerente até a faxineira. Todos devem manter um contato direto e participativo nas ações e processos de melhorias. Essa nova era não deixa espaços para mecanismos, conhecimento único de um determinado contexto. Todos devem agregar a si mesmos multi-conhecimentos para serem valorizados e bem remunerados como seres humanos, garantindo a própria sobrevivência e, conseqüentemente, a sobrevivência e o sucesso da empresa que trabalham.

A prestação de serviços depende do capital humano e nesta nova era as pessoas fazem a diferença, já que a tecnologia existente trouxe consigo o auge da qualidade dos mais variados e específicos produtos. Na hotelaria, a prestação de serviços é evidente e necessário a busca constante da melhor atuação dos profissionais da área entre serviço prestado e satisfação do cliente. Albrecht (2000, p.43) afirma que “todas as funções e todos os departamentos de uma organização de prestação de serviços estão interligados, e cada um depende dos demais, em graus diversos, para cumprir sua missão”. Complementando o exposto, Castelli enfatiza que,

Além da formação técnico-científica, deve-se pôr em evidência também as qualidades humanas na formação do profissional especializado. O profissional hoteleiro trata diretamente com gente e busca, através da prestação de seus serviços, a satisfação das necessidades e dos desejos de outros seres humanos. Isso exige um engajamento pessoal total, muita iniciativa e criatividade. E da análise das aptidões físicas, intelectuais, sociais de caráter e de trabalho que se pode forjar o verdadeiro profissional, isto é, um

homem vocacionalmente voltado para a hotelaria (CASTELLI, 2000, p.37).

Com as mudanças tecnológicas ocorridas, as empresas industriais, por uma questão de sobrevivência, necessitavam mudar e com a ajuda de todos os seus colaboradores. Não aconteceu o mesmo com as empresas hoteleiras. Castelli (2000) afirma que ao analisar o seguimento hoteleiro desde o ponto de vista dos negócios e mais precisamente dos recursos humanos, pode-se identificar vários entraves e um dos entraves existentes é que, na maior parte das empresas hoteleiras continua sendo dominante o estilo gerencial, e isto constitui uma das principais causas de atraso quando comparadas com empresas de outra área. As empresas do ramo industrial com a globalização da economia viram-se obrigadas a modernizarem-se, mudando radicalmente a estrutura funcional e, sobretudo o estilo gerencial, onde os chefes passaram a ser menos chefes e mais líderes, colocando-se como facilitadores junto a seus subordinados, voltando a atenção inteiramente para os trabalhadores internos e os clientes. O autor questiona “Enquanto isso acontecia, o que é que as empresas hoteleiras estavam fazendo? Ou ainda, as empresas hoteleiras também sofreram essa pressão para se modernizar, para melhor competir? A resposta para esta questão é não”.(CASTELLI, 2000, p.46).

Para que as empresas hoteleiras triunfem, é preciso oferecer bens e serviços com qualidade, e na hotelaria, não se consegue isto sem recursos humanos qualificados. Mas com o atraso das mudanças dentro das empresas hoteleiras, observa-se uma reação dos funcionários quanto a esse avanço na nova forma de gerenciar, principalmente os que estão fora das universidades ou não frequentam cursos de aperfeiçoamento.

A hotelaria tem como função a satisfação dos desejos e necessidades dos clientes, tornando-os fiéis e obtendo o lucro, como em qualquer atividade. Para isso acontecer é necessário aceitar as mudanças e buscar métodos atuais de aprendizagem. Para Bolívar (1993), o turismo é uma atividade de utilização intensa de capital humano, as tarefas são complexas e exigem a atuação de profissionais especializados, com conhecimento e formação na área.

Para trabalhar nas empresas hoteleiras, Ansarah (1994) diz que é indispensável a necessidade de servir. A autora destaca que,

Atuar no campo do Turismo não é tarefa fácil, como pode parecer muitos, requer muita paciência e perseverança, pois enquanto as pessoas estão descansando nos finais de

Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina
Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008

semana, feriados/férias, o prestador de serviços está, em sua maioria trabalhando. Para uma atuação eficaz nas empresas do setor, além de competência, visão, disposição para inovar, confiança em si mesmo e nas suas idéias, paciência e preparação apropriada (ANSARAH, 1994, p.61).

A área de atuação em turismo abrange atividades de várias naturezas, como prestação de serviços, hospedagem, alimentação, entretenimento, entre muitos outros. Para atender as demandas de turistas e as mais avançadas tecnologias, os prestadores de serviços necessitam estar preparados. Outras qualidades importantes de um prestador de serviços na formação de um perfil satisfatório às empresas hoteleiras é destacado por Bolívar (1993):

- Aprender a aprender e ter uma ampla formação cultural;
- ser criativo e inovador;
- estar consciente da ênfase que se deve dar a um serviço de qualidade e que o cliente é a pessoa mais importante;
- dominar perfeitamente todas as funções operacionais do setor;
- ser um profissional com suficiente conhecimento teórico-prático;
- possuir capacidade de trabalho,
- possuir conhecimentos tecnológicos atualizados,
- possuir conhecimentos de vários idiomas.

Para a OMT (1998), a formação do capital humano ocupa uma posição-chave nas estratégias de empresas turísticas com visão e, nos recursos humanos poderão ser encontradas as fontes da criação de valor, da competitividade e da super-atividade das empresas turísticas.

Uma formação de qualidade em todos os níveis torna-se indispensável para ter profissionais flexíveis, que sejam capazes de satisfazer as necessidades dos clientes e da própria indústria turística, sentindo-se, ao mesmo tempo, motivados e envolvidos na organização em que trabalham. Todos estes componentes demonstram a enorme importância do capital humano no contexto da indústria turística (OMT, 1998, p. 368).

Segundo Beni (2002), o profissional de turismo nos dias atuais necessita gerenciar a si próprio.

Ligações "para sempre", emprego para a vida toda e com estabilidade já acabaram. É verdade. Basta observar a realidade em que estamos vivendo, lá fora e no Brasil. Devo chamar a atenção para um fato: com a globalização e a Internet, o estudo do turismo, das ciências da administração e da gestão hoteleira deu um salto. Apesar de vocês terem de estudar comportamento do consumidor, contabilidade financeira, estatística e um longo etc., terão, deverão e precisarão saber *business intelligence*, *e-commerce* e *e-business* (BENI, 2002, p. 93).

Neste contexto, Trigo (1998) afirma que as mudanças trazidas pela globalização varrem a face do planeta e entram em todos os domínios humanos, em especial na educação em que “a formação profissional em turismo não está desvinculada da educação em geral, de suas novas faces, perspectivas e dificuldades” (TRIGO, 1998, p.178). O autor enfatiza ainda que,

Não se espera de um recém -formado na universidade que ele traga apenas o diploma. O básico, além do diploma, é ter conhecimento de uma língua estrangeira, conhecimentos de informática e alguma experiência no exterior. O ideal é que o jovem profissional seja capacitado para resolver – ou evitar – problemas, seja dinâmico, criativo e tenha capacidade de aprender a aprender (TRIGO, 1998, p.191).

Trigo (1998) menciona dados referentes a escolaridade dos alunos do curso superior de tecnologia em hotelaria do Senac-São Paulo, demonstrando que a maioria provem de escolas particulares, uma parcela é de famílias de classe alta e a maioria da classe média e média-alta, mas que se mostram dispostos a enfrentar as várias aulas práticas e estágios nos diversos setores operacionais do Hotel-Escola do Senac.

Isso significa que todos passam por experiências como camareiros, garçons, cozinheiros, integrantes da equipe de manutenção, mensageiros, faxineiros e funcionários dos serviços administrativos em situações de trabalho real em um Hotel-Escola aberto ao público em geral, bem posicionado no mercado e exigente quanto a qualidade de seus serviços. Para eles, não existe a visão preconceituosa de que homem não coloca avental e de que garotas de boa família não varrem o chão nem arrumam camas. É um sinal de avanço na mentalidade profissional do segmento turístico-hoteleiro no país (TRIGO, 1998, p. 169).

Analisando as contribuições apresentadas, é possível perceber que o profissional que atua na atividade turística e especificamente no ramo hoteleiro deve estar bem preparado em todos os níveis, acompanhar as mudanças do mercado, dos gostos dos clientes e fazer com que a satisfação desses torne-se indispensável em cada compra de produto ou serviço.

Considerações Finais

Não é só através da informação que as empresas prestadoras de serviços terão uma gestão bem sucedida, mas sim das pessoas que têm acesso a essas informações. São elas que irão transformar as informações em conhecimento e desenvolver produtos

e serviços que satisfaçam as necessidades dos clientes. Quanto mais características os produtos e serviços possuírem, que possam ser traduzidas em satisfação para as pessoas, mais apreciados e desejados eles serão.

Todos os hotéis oferecem aproximadamente os mesmos equipamentos e quem quiser se diferenciar deverá oferecer um serviço melhor do que os demais, seus concorrentes. Para que tudo isso aconteça, é preciso que os funcionários que prestam serviços dentro destas empresas estejam inseridos em um perfil bastante exigente. Dentro da Universidade o aluno tem uma preparação crítica, ou ao menos deveria ter, sobre mercado e a concorrência que terá de enfrentar no atual mundo globalizado, principalmente nos cursos de Turismo e Hotelaria que abrangem disciplinas distintas. E as empresas do ramo hoteleiro, para serem competitivas, necessitam do capital humano qualificado, dispostos a servir, fator que na maioria das vezes é falho e causa principal dos clientes deixarem uma empresa, pois atualmente, o diferencial está na maneira como se presta um serviço, conquistando ou afastando o cliente.

Muitas pessoas que trabalham com o ramo hoteleiro não possuem formação na área, mas suas habilidades foram sendo adquiridas ao longo da experiência e esta foi a única escola que lhe forneceu alguns ensinamentos valiosos. Cabe ressaltar que a determinação para prestação de serviços também é marcante como qualidade, porque os estudantes de Turismo e Hotelaria geralmente aprendem a prática com gerentes e funcionários de hotéis que não tem formação profissional no ramo, mas conviveram grande parte de suas vidas trabalhando nele e guardam muitos diferenciais e conhecimentos que são essenciais para a evolução da empresa.

Sendo assim, é preciso buscar novos conhecimentos e novas técnicas de aprendizagem constantemente para agregar valor pessoal e atuar eficientemente na atividade turística.

Referencias Bibliográficas

ALBRECHT, K. **Revolução nos serviços**. 6.ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

ANSARAH, M. **Educação e Formação do Bacharel em Turismo**. Turismo em análise. São Paulo: ECA/USP, 1995.

BENI, M. C. **O profissional de turismo na sociedade pós-industrial: carta aberta**

aos estudantes, futuros profissionais. *In*: GASTAL, S (org.) **Turismo investigação e crítica**. São Paulo: Contexto, 2002, p. 93-110.

BOLIVAR, T. M.1994. **III Congresso Panamericano de Hotelaria y Turismo**. Estúdios y Perspectivas em Turismo. Buenos Aires: CIET, v.3, n.4, p.358-67, oct.

CASTELLI, G. **Administração hoteleira**. 7.ed. Caxias do Sul: Educus, 2000.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DE MASI, D. **O ócio criativo**. Tradução de Lea Manz. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DEMING, E. **Qualidade: a revolução da administração**. Rio de Janeiro: Marques-saraiva, 1993.

DRUCKER, P. **Você está preparado?** *In*: Você SA, São Paulo, v.3, ed.26, p.48-51, Ago.2000.

DRUCKER, P. **Introdução a administração**. Tradução de Carlos A. Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1984.

Ministério da Industria, do Comercio e do Turismo. EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. Deliberação Normativa nº 387, de 28 de janeiro de 1998. Publicada no Diário Oficial nº 27, de 9 de fevereiro de 1998, seção I, p. 70.

MOLLER, C. **O lado humano da qualidade**. 12.ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

MOTTA, F. C. P.; VASCONCELOS, I. F. F. G. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

OHMAE, Kenichi. **O Continente invisível: quatro estratégias definitivas para atuar na era das empresas sem fronteiras**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **El capital humano e la industria turistica del siglo XXI**, 1998.

TRIGO, L. G. G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas: Papirus, 1998.