“Perspectivas Profissionais para o Prestador de Serviços em Hotelaria” dezembro - 2012

Silvia Aparecida Raimundo Ferreira¹

Recebido em: 06/09/2013. Aprovado em: 22/11/2013. Disponibilizado em: 20/12/2013

1. Mestre em Administração pela Universidade Metodista de São Paulo coordenadora de hotelaria da Faculdade ENIAC de Guarulhos. E-mail para correspondência: silvia.aparecida@eniac.com.br

Resumo

O presente estudo tem como objetivo refletir sobre o atual comportamento do empregado na prestação de serviços em hotelaria e sua relação com alguns dos significados atribuídos ao seu trabalho. Durante muito tempo, o trabalhador hoteleiro sofreu preconceitos que denegriram a imagem de sua profissão. Porém, em uma época de altos índices de desemprego em todo o mundo, um dos setores que mais crescem é o de prestação de serviços, especialmente na área de turismo e hotelaria, que oferece diversas oportunidades de emprego e desenvolvimento profissional. Pretende-se, pois, discutir a importância desse profissional em adquirir consciência de sua nova realidade e como isso, de alguma forma, pode alterar o sentido e a maneira de atuar em seu trabalho proporcionando satisfação e sucesso na profissão.

Palavras-chave: Prestação de serviços, consciência, significados do trabalho.

Abstract

This study has as objective to reflect about the actual employed behavior in the business service in the hotel trade and its relation with some of the meanings given to the work. During much time, the worker of the hotel trade suffered prejudices that denigrate his job image. However, in the time the high rates of unemployment in the whole word, one of the sectors that most grow up is the of business service, especially in the tourism and trade hotel, that offer several opportunities of employed and professional development. Then, it's intended to talk about the importance this professional to get conscience about his new reality and how that, any way, can change the meaning and the way to act in his work and proportion satisfaction and success in his job.

Keywords: *business service, conscience, work meanings, opportunities*

1. Introdução

Voltando os olhares para a área profissional da hotelaria, diversas questões surgem e provocam a reflexão sobre o trabalho no setor de prestação de serviços, criam dúvidas sobre as situações menos práticas e concretas e instigam a pesquisa no campo do emocional.

Algumas dessas dúvidas fazem pensar que as atividades profissionais da hotelaria provocam em seus empregados o sentimento de servidão, uma vez que ocupam cargos e funções socialmente vistas como inferiores.

Esse sentimento poderia facilitar a admissão de trabalhadores menos exigentes que, por acreditarem que seu emprego é humilhante, aceitam os baixos salários e as poucas perspectivas de carreira profissional. Com a baixa auto estima, esse trabalhador desiste de progredir profissionalmente ou, então, muda sua área de atuação. O que enfraquece as perspectivas profissionais nesse setor prejudicando aqueles que atuam na área e que nela gostariam de se realizar.

A situação torna-se um ciclo vicioso. E, para escapar dele, o trabalhador precisa, como em qualquer profissão, estudar e adquirir competências e habilidades que lhe permitam enxergar mais longe, entender os fatores desencadeantes dessa situação; verificar as chances de progredir; criar possibilidades de ampliar seu campo de trabalho; descobrir o diferente e inovar.

Aqueles que ocupam os cargos de chefia poderiam colaborar incentivando essa postura de autodesenvolvimento. Mas nem sempre isso ocorre. Muitas vezes porque falta apoio dos empresários pouco interessados nessas questões, outras vezes porque a própria chefia, acomodada, prefere manter a facilidade em controlar trabalhadores simples

do que os estudados que fazem muitas perguntas, são mais críticos e têm conhecimento sobre seus direitos.

Manter empregados qualificados pode exigir mais investimentos e maiores cuidados com os recursos humanos da empresa. Embora essa visão seja míope, parece que muitos empreendedores hoteleiros, assim como tantos outros em outros setores produtivos, enxergam dessa forma o mundo do trabalho.

É notório que a prestação de serviços em hotelaria pode provocar, no trabalhador, um sentimento e uma postura de subserviência. O que leva a reflexão sobre o quanto o meio pode interferir de modo construtivo ou não para o estabelecimento da imagem do trabalhador. Pode-se até pensar na possibilidade do próprio meio profissional manter essa imagem para fazer com que os hóspedes tenham o prazer de estarem rodeados de empregados ao seu dispor.

Ao comparar-se o trabalho de um chefe de cozinha que prepara um prato de comida bem elaborado utilizando-se de seus conhecimentos e habilidades específicas com o de um advogado que prepara um documento também se utilizando de seus conhecimentos e habilidades específicas, verificar-se-á que, estruturalmente, não há muitas diferenças. Ambos cuidam da vida do cliente. Se errarem, frustrarão a expectativa desse cliente e, talvez, até provoquem consequências prejudiciais às suas vidas.

O preconceito justifica, na verdade, a maior diferença entre a imagem que se tem dos dois tipos de trabalho. Ambas estão ligadas à prestação de serviços, ou seja, alguém está trabalhando para alguém.

Pode-se pensar que um prato de comida, qualquer pessoa pode fazer. No entanto, o mesmo deve ser dito em relação a defender a causa de alguém.

Não se pretende aqui, discutir as razões do preconceito, nem se ele é justo ou injusto. Por hora basta admitir sua existência.

Uma vez que o trabalhador assimila e traz para si os valores da sua profissão, traz, também, os sentimentos e as crenças que lhe são características.

Tomando-se o exemplo de um mensageiro que trabalha em um hotel e outro que trabalha em outro tipo de empresa é possível verificar-se que o primeiro não tem tantas chances de seguir uma carreira no hotel, que é uma empresa, quanto o segundo tem para progredir na sua. Embora tenham idades e escolaridades semelhantes, algo parece fazer diferença: a perspectiva profissional. Enquanto um trabalha até conseguir entrar em uma “boa empresa”, o outro trabalha para conseguir uma promoção na mesma empresa em que está.

Mas não são todos os profissionais que pensam e agem assim. Existem aqueles que, embora em minoria, acreditam no futuro da profissão e empenham-se em constatar a importância de sua atuação num dos setores mais produtivos do mundo que é o turismo conforme se observa na estatística:

O turismo é a indústria que mais cresce no mundo e uma alternativa positiva para acelerar a economia dos países em desenvolvimento. Prova disso é que o ano de 2010 registrou recorde de entrada de dólares no Brasil, por meio dos gastos de turistas estrangeiros, totalizando US\$ 5,9 bilhões em divisas – valor 11,58% maior que o do ano anterior. O cálculo de entrada de turistas foi substituído pelo número de desembarques nacionais e internacionais, sendo que este também apresentou aumento recorde em 2010, chegando a 7,8 milhões visitas de turistas estrangeiros. Os desafios do setor no país incluem a preparação turística das cidades sede da Copa do Mundo de Futebol de 2014. Para o

evento, são esperados 500 mil turistas estrangeiros, além de dezenas de milhões de brasileiros, o que exigirá grandes investimentos em infraestrutura e qualificação de profissionais. (www.brasil.gov.br, 2012).

2. Habilidades emocional e técnica: ingredientes fundamentais para a qualidade na prestação de serviços em hotelaria

A hotelaria, vista pelo hóspede como uma área de glamour, alegria, lazer e descontração, pode representar para o trabalhador, uma visão bem diferente.

O hóspede, de fato, paga para sentir-se especial. O profissional trabalha para ajudá-lo a atingir esse objetivo, ou seja, presta os serviços necessários para que o hóspede tenha suas necessidades satisfeitas e se sinta especial.

O mundo de serviços apresenta um enorme abismo entre o estado de trabalhador e o de cliente. Enquanto um se cansa, o outro descansa. Enquanto um “faz”, o outro usufrui. Um obedece, o outro “manda”. Um esclarece, o outro reclama. Enfim, ambos estão em posições opostas em uma mesma situação.

Pode-se dizer que o prestador de serviços deve ser um profissional que apresente um bom equilíbrio emocional para ser capaz de manter um desempenho de qualidade. Só assim é possível, por exemplo, uma recepcionista que está atendendo uma cliente inconveniente e esnobe manter uma atitude cortês. Ela consegue manter “sangue frio” diante da postura desagradável e, às vezes, ofensiva de qualquer cliente desde que tenha controle da situação, o que se adquire com treinamento; e controle emocional, que se adquire com desenvolvimento pessoal.

Há situações ainda mais difíceis no trato com o cliente que colocam os empregados à prova de sua formação técnica, psicológica e ética.

Poder-se-ia questionar as razões que mantém os empregados interessados em seu trabalho mesmo diante de tantas situações adversas. Muitos responderiam prontamente que é o dinheiro!

A importância do salário para o trabalhador é indiscutível. Porém, não é o único fator motivacional do bom desempenho de nenhum tipo de profissional. Minicucci (2001, p.165) afirma que “A necessidade de ganhar a vida é a mais poderosa e singela razão que leva as pessoas a trabalharem, apesar de haver outros incentivos também valiosos”.

Além disso, quando se pensa em serviços, deve-se considerar sua característica de intangibilidade. Segundo Silva (2004, p.115) “as questões relativas aos serviços esbarram em algo extremamente sutil, que é a sua característica não física, ou seja, um serviço não é algo palpável como um objeto”.

Num bom atendimento, tornam-se imprescindíveis o sorriso sutil de boas vindas e de receptividade; o olhar de compreensão e solidariedade, o interesse e disposição expressos na postura correta e muitas outras atitudes que o cliente percebe num nível psicológico e não apenas físico.

(...) a qualidade dos serviços prestados aos clientes está imensamente relacionada ao grau de percepção que os funcionários têm da empresa em que trabalham. Dessa percepção, geralmente são afetadas as questões motivacionais e comportamentais, fato claro que ainda é tabu em várias empresas. (SILVA, 2004, p.117).

MOLLER (2002) comenta as mudanças das preocupações voltadas à qualidade dos

produtos nos anos 50 para a qualidade de serviços nos anos 80, ressaltando uma revolução na consciência de qualidade.

Esta revolução na consciência de qualidade é, antes de mais nada, uma forma de pensar a respeito de qualidade. Ao invés de se concentrar apenas na qualidade de produto, a nova consciência de qualidade abrange também a qualidade dos esforços do indivíduo. (MOLLER, 2002, p.05).

E ainda, chama à atenção o fato de que “Não se trata de uma questão de produzir bens de qualidade e satisfazer às expectativas do cliente, mas também de inspirar as pessoas que produzem bens e serviços para que façam o melhor possível.” (MOLLER, 2002, p.05).

Tal inspiração pode ser estimulada através do desenvolvimento do profissional como ser integral uma vez que os aspectos psicológicos não se modificam somente com treinamentos de habilidades.

Nessa perspectiva pode-se considerar a idéia de que o sentido que o empregado dá ao trabalho depende do modo como ele vê esse trabalho que, por sua vez, depende, também, da percepção social que lhe é ensinada.

Vale a pena esclarecer que a percepção social de um indivíduo é a imagem percebida pela sociedade e transmitida para ele. Dessa forma, ele passa a “ver” determinada situação como a sociedade a “veria”.

Se a sociedade vê o trabalho em hotelaria como subserviente, o trabalhador também o verá desse modo. E agirá de acordo com essa perspectiva.

A mudança dessa visão deve começar pela empresa hoteleira e seus profissionais mais esclarecidos. A importância de suas atividades deve ser divulgada e assumida no dia-a-dia do meio profissional.

Cabe aos profissionais que atuam em serviços especializarem-se cada vez mais, buscarem o conhecimento de si próprio e do outro, motivarem-se pelo prazer de crescer como pessoa e como profissional, pois, somente assim, as frustrações inerentes à profissão poderão ser percebidas como algo corriqueiro no processo, não um obstáculo intransponível. (SILVA, 2004, p.114).

Minicucci (2001) ressalta a importância de o indivíduo conhecer-se e compreender seus comportamentos e atitudes de maneira que possa entender seus conflitos e o modo como reage diante deles. Dessa forma, fica mais fácil se controlar quando um cliente age de modo a provocar no empregado reações negativas que, na verdade, não devem ser direcionadas a este cliente, pois são pessoais e têm a ver com problemas que o empregado deve resolver em outro momento particular.

No mesmo sentido, Minicucci (2001) explica que conhecendo a si mesmo fica mais fácil conhecer o outro e entender seus comportamentos, às vezes, aparentemente injustos, inconvenientes ou agressivos (mas que para o outro estão perfeitamente corretos). Senão aceitando-os, pelo menos, conseguindo conviver com eles sem sentir-se humilhado, injustiçado ou com muita raiva. Um exemplo comum é o do hóspede que está atrasado para um compromisso devido aos problemas no seu voo. Ele quer ser imediatamente atendido e irrita-se em ter que esperar sua vez. Nessas circunstâncias, nervoso e sentindo-se prejudicado, grita com a recepcionista como se ela fosse culpada pela situação. Para ele, tal comportamento justifica-se; para a recepcionista, fica fácil entender o fato e prestar atendimento de qualidade: sem raivas, revoltas ou qualquer outro sentimento que prejudicasse o relacionamento com o cliente. Mais tarde, ele se conscientizará do ocorrido e, mesmo que não se desculpe se sentirá grato e bem

atendido. Ele reconhecerá o bom serviço do hotel.

Tal compreensão permite, portanto, que o prestador de serviços, em situações desagradáveis, compreendendo o cliente, consiga enfrentar o problema deixando transparecer, em seus gestos e fisionomia, a idéia de que compreende a situação e está, de fato, interessado em ajudar.

O contrário, também é verdadeiro. Um prestador de serviços que não desenvolve essa compreensão terá dificuldades em esconder seu desagrado em ter que servir alguém que lhe seja agressivo ou desagradável.

Pior que essa situação, é a do empregado que se irritaria e se desesperaria com facilidade deixando transparecer seu estado àqueles que nada têm a ver com a situação.

Desse modo, conclui-se que as habilidades adquiridas pelo prestador de serviços não se relacionam apenas aos treinamentos específicos geralmente voltados ao operacional e aparente. Mais que treiná-lo a dar informações corretas, manter uma boa postura, ser educado e prestativo é permitir que trabalhe interessado no que faz, acredite na importância desse trabalho, sinta orgulho em conseguir contribuir para o bem estar de seus hóspedes e em responder às suas expectativas e necessidades. É preciso ir além do treinamento e investir no seu desenvolvimento integral, contemplando, não só, os aspectos intelectuais como também os emocionais.

3. Perspectivas da carreira profissional em hotelaria

A hotelaria se compõe de quatro grandes segmentos: Administrativo, Alimentos e Bebidas, Hospedagem e Eventos; e conta com diversos tipos de conhecimentos extraídos da Psicologia, Pedagogia,

Contabilidade, Direito, Idiomas, Educação Física, Biologia, Nutrição, Química, Gastronomia entre outros.

O trabalhador da hotelaria pode especializar-se em vários segmentos profissionais ou vir de um deles e especializar-se na hotelaria. Por exemplo, um advogado que se especializou em legislação turística hoteleira pode ocupar um cargo de gerenciamento num hotel ou, ao contrário, um gerente de hotel formado em hotelaria pode especializar-se em legislação. Outros exemplos podem ser citados como o psicólogo que trabalha no departamento de Recursos Humanos do hotel ou um hoteleiro que se especializou em Recursos Humanos para atuar no gerenciamento desse departamento; temos o contador que atua na administração financeira ou na controladoria do hotel ou um hoteleiro empregado como administrativo que se especializou em controles e custos. Assim pode ser com o tecnólogo em hotelaria que se especializou em recreação ou, o contrário, o professor de Educação Física que foi trabalhar em um hotel e especializou-se na hotelaria. O mesmo pode ocorrer com marketing, pedagogia, administração, nutrição e com muitas outras formações acadêmicas.

A seguir, pretende-se analisar os cargos iniciais de um hotel em seus diversos setores para se verificar as possibilidades de desenvolvimento profissional com seus obstáculos e seus incentivos. Mais adiante, serão apresentadas, também, as possibilidades de se almejar cargos mais complexos e que oferecem recompensas mais elevadas.

1. Mensageiro: sexo masculino; pode ser menor ou maior de idade, cursando, no mínimo, o ensino médio. Não há exigências de experiência anterior. Caso prossiga nos estudos e inicie um curso de

língua estrangeira pode se tornar um agente de reservas ou um recepcionista.

2. Camareira (o): tradicionalmente, do sexo feminino, porém há exceções; maior de idade; ensino fundamental completo. Experiência anterior desejável. Ao terminar o ensino médio e prosseguir nos estudos inclusive de língua estrangeira, poderá candidatar-se a supervisora de andares e posteriormente a governanta ou, ainda, como o mensageiro, terá possibilidades de ser promovida a agente de reservas ou recepcionista.
3. Garçom ou garçonete, bartender: ambos os sexos, maiores de idade. Curso especializado e/ou experiência anterior. Se prosseguir nos estudos poderá ocupar cargo de supervisão, chefia ou gerenciamento no setor de Bares e Restaurantes. Portanto, poderá tornar-se um maitrê (chefe dos garçons) ou um gerente de restaurante. Sem contar com outras especialidades como o sommelier (especialista em vinhos).
4. Ajudante de cozinha: ambos os sexos (embora, há algumas décadas, fosse tradicionalmente masculino), maior de idade, ensino fundamental completo e experiência desejável. Após alguns anos de experiência pode ser promovido a cozinheiro. Para ocupar cargos de chefia como o de cozinheiro-chefe, deve ter o ensino médio completo. Com mais experiência, cursos de especialização e/ou faculdade de gastronomia poderá pleitear o cargo de Chef de Cozinha (que é especializado nos padrões e na cozinha internacional).

5. Auxiliar de Monitoria em recreação: ambos os sexos, pode ser menor de idade, preferencialmente com experiência ou que esteja cursando o técnico. Caso prossiga nos estudos, poderá tornar-se monitor ou chefe da equipe de Recreação.
6. Cargos como o de jardineiro, auxiliar de manutenção, lavadeiras, vigias etc exigem que sejam maiores de idade e que tenham experiência anterior. Para todos que prosseguirem nos estudos, existe a chance de serem promovidos conforme suas especialidades. Por exemplo: técnico de manutenção, encanador e eletricista.

Como se pode observar, os cargos iniciais em hotelaria são como em qualquer outro setor empresarial, menos exigentes em seus critérios. Por causa disso, os salários oferecidos são baixos. Ainda, do mesmo modo que em outros tipos de empresa, o empregado que prosseguir nos estudos buscando especializar-se no setor de interesse e apresentando uma boa avaliação de desempenho, terá chances para ser promovido e seguir uma carreira profissional.

O fato da hotelaria até poucas décadas atrás, não exigir qualificação profissional na maioria de seus cargos, faz pensar que trabalhar nessa área é simples e que, portanto, precisa-se de trabalhadores simples, sem muita educação escolar e poucas perspectivas de crescimento. Até os dias de hoje, principalmente nos meios de hospedagem de pequeno porte ou que se situam em regiões

pouco desenvolvidas encontram-se trabalhadores desqualificados. Mesmo porque, a maioria desses estabelecimentos se caracteriza por serem empresas familiares, onde tudo funciona de modo precário e improvisado. Os procedimentos se repetem sem inovação e sem acompanhar as tendências do mercado.

Tal situação provoca outra agravante para se manter os baixos salários. Mais uma vez, retoma-se a idéia do ciclo vicioso. Pouca qualificação leva ao salário baixo que desfavorece o desenvolvimento profissional do trabalhador que provoca serviços e produtos de baixa qualidade que diminui a procura dos turistas por aquele local e meio de hospedagem que trás, como consequência, lucro baixo e, finalmente salários baixos.

Partindo-se do princípio de que, na prestação de serviços, o cliente deve ficar satisfeito com os produtos e serviços, sugere-se quebrar o ciclo apresentado na figura 01, a partir da melhoria de qualidade desses produtos e serviços. Para isso, é preciso trabalhadores qualificados que podem ser obtidos através da oferta de melhores salários e/ou investimento nos empregados já existentes, oferecendo-lhe cursos e treinamentos.

Assim, como em qualquer outra empresa, é preciso que haja investimento nos recursos humanos. Tal medida traria duplo benefício ao hotel, pois além de contar com os resultados financeiros obtidos pela melhoria no desempenho de seus empregados, teria também profissionais motivados, criativos e éticos:

Figura 01 - Representação gráfica do ciclo vicioso de hotéis que não investem em recursos humanos.

Com empregados qualificados, torna-se viável a recuperação dos clientes perdidos e a conquista de novos. Esse processo conta com os conhecimentos, habilidades e competências adquiridas pelos empregados que saberão quais técnicas e procedimentos utilizar, quando e como utilizá-los. Inclusive, em condições precárias e com poucos recursos.

Tal proposta não pretende ser única; mas sim, uma sugestão. Mesmo porque se deve tomar o cuidado de não generalizar as situações e jogar a responsabilidade do progresso e da diminuição do desemprego da hotelaria sobre as costas do empregado. Segundo Poschmann:

“com a ausência de qualificação por parte do trabalhador, surgiu um novo tema, um novo conceito, o da empregabilidade que, muitas vezes, é colocado como uma solução quase que individual, do ponto de vista do trabalhador. Aquele que se qualificou teria maior empregabilidade, ao contrário do que não se qualificou. De certa maneira, essa visão faz com que o problema do emprego seja de ordem individual: se alguém conseguiu emprego é porque conseguiu se qualificar; o que não conseguiu emprego é porque não

teve êxito na qualificação”. (POSCHMANN, 1994).

Outra característica da hotelaria que pode mascarar as boas possibilidades de emprego e carreira nos meios de hospedagem é que, aparentemente, há necessidade de poucos empregados e por consequência, surgem poucas vagas para contratação. Sendo assim, não haveria mercado de trabalho para quem investisse sua formação acadêmica nessa área. Observando o quadro 01, é possível constatar o equívoco dessa afirmação.

A partir desse quadro, é possível verificar-se que as perspectivas de carreira tornam-se ainda mais atraentes ao se considerar os cargos de supervisão e gerenciamento. Nesse quadro que aponta os cargos básicos e comuns na maioria de hotéis 4 estrelas, pode-se verificar a existência de quatro gerências operacionais: a de Hospedagem, de Alimentos e Bebidas, Eventos e Administrativa, além do gerente de vendas e o Gerente Geral que não estão no quadro.

Analisando alguns exemplos observa-se que:

1. No setor de hospedagem, o empregado pode tornar-se chefe de recepção, chefe de reservas, Gerente de Vendas, Gerente de hospedagem, Governanta (equivale a gerente dos serviços de quarto, camareiras ou de andares) e Governanta Geral.
2. No setor administrativo, o empregador pode seguir a carreira financeira, tornar-se um *controller*, um assistente administrativo, Gerente de Recursos Humanos, Assistente de Marketing, Encarregado de Manutenção, Chefe de Segurança entre outros.
3. No setor de Eventos, o empregado pode tornar-se um Auxiliar, Assistente ou Gerente de Eventos.

Figura 01 Quadro de cargos básicos existentes nos meios de hospedagem

Setor (Gerência)	Departamento	Cargo	Nível hierárquico
Hospedagem	Reservas	Atendente de reservas	Operacional
		Chefe de reservas	Supervisão
	Recepção	Repcionista	Operacional
		Telefonista	operacional
		Chefe de recepção	supervisão
	Governança	Camareira (o)	operacional
		Supervisora de andares	Supervisão
		Governanta	Chefia
		Governanta executiva	Gerência
	Lavanderia	Lavadeira	Operacional
		Passadeira	Operacional
		Chefe de lavanderia	Supervisão
Alimentos e Bebidas	Cozinha	Ajudante de cozinha	Operacional
		Cozinheiro	Operacional
		Chefe de cozinha	Supervisão
	Restaurante	<i>Commis</i> (aprendiz de garçom)	Operacional
		<i>Steward</i> (limpeza e arrumação de materiais)	Operacional
		<i>Garçom</i>	Operacional
		<i>Maitrê</i>	Supervisão
	Bar (salão, piscina)	<i>Barman</i>	Operacional
Administração	Financeiro	<i>Controller</i>	Técnico
	Recursos Humanos	Psicóloga	
	Marketing	Divulgador	
	Manutenção	Encanador	
		Eletricista	
		Serviços gerais	Operacional
	Lazer e Recreação	Monitor de recreação	Técnico
Eventos	Vendas	Gerente de vendas	Gerência operacional
	Realização de eventos	Assistente de eventos	supervisão

Fonte: O Quadro de cargos foi elaborado pela autora a partir de dados obtidos em Castelli (2000).

Se levar-se em conta os hotéis superluxo, mais conhecidos como cinco estrelas, se verificará um número maior de gerências e supervisões, pois o número de funcionários seria bem maior. Vale ressaltar que o número de empregados tanto no nível operacional quanto no de chefia varia de acordo com o número de unidades habitacionais (apartamentos) oferecidos. Por exemplo, uma camareira é responsável pela limpeza de mais ou menos 15 apartamentos. Portanto, se esse hotel tiver 100 apartamentos ocupados, precisará de, pelo menos, 6 camareiras trabalhando. Considerando-se os hotéis de luxo que costumam ter mais de dois restaurantes, diversos bares, serviços especializados como sauna, massagens, academia, cabeleireiros e até mesmo teatro; ou ainda, os *resorts* que oferecem um número elevado de equipamentos e atividades de lazer e recreação, é possível que o número de empregados e, portanto, de chefias aumente consideravelmente.

Por fim, vale destacar a possibilidade dos profissionais tornarem-se empresários e administrarem o próprio negócio, como por exemplo, uma pousada, motel, um buffet, uma casa de shows, uma empresa de eventos. Ainda, trabalharem como consultores nos projetos de implantação de novos meios de hospedagem, de programas de qualidade, criação de novos equipamentos, softwares e sistemas hoteleiros. Sem falar, na prestação de serviços como profissional autônomo em Organização de Eventos, Recreacionistas, Planejamento e Desenvolvimento de projetos para órgãos oficiais etc.

Por último, não poderíamos deixar de citar a carreira acadêmica, onde o profissional pode tornar-se um professor formador de novos profissionais; tornar-se um pesquisador e agregar novos conhecimentos,

técnicas e procedimentos, escrever livros e divulgar a profissão e tudo que a envolve.

Quando se fala em hotelaria é importante esclarecer que se está falando em todos os meios de hospedagem existentes a citar, além dos hotéis, os resorts, motéis, camping, pousadas, *flats*, albergues, *Spas*, hospitais (hotéis para atendimento especial), navios (hotéis flutuantes), colônia de férias e pensões. O que amplia o leque de opções, para uma carreira profissional:

A BSH Travel Research, divisão estatística da BSH International, realizou o relatório “Investimentos no Brasil: Hotéis & Resorts – 2011”, no qual apresenta intenções de investimentos na hotelaria nacional entre este ano e 2014. O diagnóstico informa que há 198 hotéis previstos para abrir até o final de 2014, totalizando 46.296 apartamentos, R\$ 7,3 bilhões em investimentos e geração de 31.729 empregos diretos. Nos anos de 2011 e 2013 devem se concentrar a maior quantidade de inaugurações e, consequentemente, de novas unidades habitacionais, investimentos e geração de empregos. As regiões com mais projetos são a Sudeste (38% do total), com predomínio de estabelecimentos de categoria econômica, e Nordeste (34%), com maior concentração de resorts. (www.bshinternational.com, 2012.)

O gráfico 01 apresenta o número de empreendimentos em operação, no Brasil, em 2009. Tais resultados permitem formar-se uma idéia do campo de trabalho voltado somente para os meios de hospedagem, sem contar outros tipos de empreendimentos voltados para a área de Alimentos e Bebidas Lazer e Entretenimento como Bares, Restaurantes, Casas de Show e muitos outros.

Gráfico 03 - Meios de hospedagem cadastrados no Ministério do Turismo em 2009

Observa-se que esses dados se referem apenas a hotéis e flats. Não estão se contando os outros tipos de meios de hospedagem.

Desses 5991 meios de hospedagem, destacam-se 20 com 504 hotéis pelo país. Na tabela 02, que se segue, apresentam-se as 20 primeiras marcas hoteleiras que atuam no Brasil, sendo, algumas delas, pertencentes às redes internacionais mais respeitadas em todo o mundo e que trazem um grande conhecimento técnico para a hotelaria brasileira como a valorização do profissional através do plano de carreira, benefícios e capacitação profissional

Do mesmo modo que no gráfico anterior, no gráfico 02 não estão incluídos

outros meios de hospedagem como resorts, spas, albergues, camping, etc.

Com a realização de grandes eventos como a copa do mundo, olimpíadas e paraolimpíadas, espera-se um aumento razoável de número de meios de hospedagem construídos para receber os turistas internacionais e nacionais que variam na oferta de seus produtos e serviços, pois os tipos de turista serão desde os mais exigentes, que procurarão hotéis mais requintados até os mais simples, que se contentarão com uma cama em um albergue turístico. Os números são promissores e elevam as expectativas para um aquecimento no mercado de trabalho.

Gráfico 02. Classificação das 20 maiores redes hoteleiras em operação no Brasil

Tabela 01 - Meios de hospedagem cadastrados no Ministério do Turismo em 2009

Região	Meios de Hospedagem
Norte	397
Nordeste	1.496
Sudeste	2184
Sul	1223
Centro oeste	691
Total	5991

Fonte: Tabela elaborada pela autora com dados retirados de www.dadosefatos.turismo.gov.br, em 2012, pesquisados durante a investigação sobre meios de hospedagem, cadastrados no Ministério do Turismo.

Tabela 02. Classificação das 20 maiores redes hoteleiras operando no Brasil: 2012

CLASSIFICAÇÃO	MARCAS HOTELEIRAS	NÚMERO DE HOTÉIS
1	Accor	152
2	Choice	60
3	Louvre Hotels	39
4	Blue Tree	24
5	Transamérica	22
6	Nacional Inn	35
7	Windsor	11
8	Bourbon	12
9	IHG	12
10	Wyndham	14
11	Slaviero	19
12	Othon	16
13	Posadas	11
14	Carlson	9
15	Vila Galé	6
16	Intercity	13
17	Estanplaza	12
18	Starwood	6
19	Best Western	17
20	Bristol Hotelaria	14
TOTAL	20	504

Fonte: Tabela de classificação, marcas e número de hotéis foi elaborado pela autora a partir de dados coletados em www.fohb.com.br, pesquisados durante a investigação sobre meios de hospedagem, cadastrados no Ministério do Turismo em 2012.

Não se pretende desprezar as dificuldades por que passa o mundo em relação ao desemprego. Porém, nesse contexto, pode-se dizer como Antunes (2010, p.169) que “Há um incremento dos assalariados médios e de serviços, o que possibilitou um significativo incremento no sindicalismo desses setores, ainda que o setor

de serviços já presencie também o desemprego tecnológico”.

Apesar dos avanços tecnológicos ameaçarem um aumento no desemprego, a área da hotelaria ainda não sofreu essas consequências de forma direta.

Pelo contrário, a tecnologia proporcionou a implementação das relações de trabalho que levou os intercâmbios empresariais, parcerias, contratos e negócios internacionais que provocou o aumento do turismo de negócios. Atualmente, profissionais de todas as esferas viajam em busca de contratos, vendas, trocas de conhecimentos, prestação de serviços através da realização de consultorias, congressos, reuniões, feiras e diversos tipos de eventos que antes não eram tão intensos. Como consequência, os serviços de hospedagem, alimentação e entretenimento ganharam grandes oportunidades e espaços de atuação.

Do mesmo modo, tais avanços tecnológicos proporcionaram melhores condições para as pessoas viajarem a lazer, visitas familiares, tratamentos de saúde, intercâmbio cultural e outras motivações para realizarem diversos tipos de turismo.

Não se pode esquecer, que o turismo interno também foi beneficiado pelo progresso tecnológico. Hoje, as possibilidades de realizar turismo interno são bem maiores que no passado. Os meios de transportes levam os viajantes a longas distâncias num curto espaço de tempo. O telefone celular e a internet permitem que as pessoas se afastem temporariamente sem perderem o contato pessoal ou profissional. Enfim, enquanto a maioria dos setores produtivos sofre com o desemprego, pode-se dizer que o setor de turismo e hotelaria avança no sentido contrário.

5. Considerações finais

Durante a elaboração desse trabalho, procurou-se apresentar dados e informações que permitissem uma reflexão sobre o momento pelo qual está passando o setor de turismo e hotelaria no Brasil com o objetivo de mostrar as reais possibilidades de

empregabilidade no setor e suas perspectivas profissionais.

Concluiu-se que, de fato, existem oportunidades para o trabalhador hoteleiro desenvolver-se profissionalmente através de diversas opções de carreiras, porém fatores relacionados à cultura, economia e educação dificultam essas possibilidades.

No entanto, foi feita uma sugestão que estimula o próprio trabalhador a investir em si mesmo através dos estudos e qualificação. Além disso, mostrou-se que vale a pena para o empresariado colaborar nesse investimento. O resultado seria crescimento profissional e econômico para as duas partes interessadas: empregado e empregador.

Apesar de viver-se numa época em que os índices de desemprego assustam não só o Brasil como todo o mundo, constata-se que o setor de turismo e hotelaria é uma das exceções dentro do mercado de trabalho.

Acredita-se que, para o profissional de hotelaria, não há razões para se manter o sentido preconceituoso que se vem atribuindo às atividades hoteleiras. Pelo contrário, há muitas razões para se acreditar no potencial dessas atividades voltadas para a prestação de serviços que é o setor produtivo que mais cresce no mundo.

Referências Bibliográficas

1. ANTUNES, Ricardo. Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 14ªed. São Paulo: Cortez; Campinas, SP: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 2010.
2. CASTELLI, Geraldo. Administração hoteleira. 9ª ed. Caxias do Sul: EducS, 2001.

3. MINICUCCI, Agostinho. Relações Humanas: Psicologia das Relações Interpessoais. 6ªed. São Paulo: Atlas, 2001.
4. MOLLER, Claus. O lado humano da qualidade: maximizando a qualidade de produtos e serviços através do desenvolvimento das pessoas. Tradução de Nivaldo Montigelli Jr. 12ªed. São Paulo: Pioneira, 2002.
5. POCHMANN, Márcio. O mundo do trabalho em mudança. In: Relações de trabalho contemporâneas, PUC_MINAS, BH-MG - Instituto de Relações do Trabalho - 1999.
6. SILVA, Fernando Brasil da. A 125ficacia125a dos serviços em turismo e

hotelaria: entender o cliente e atender com 125ficacia. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

Referências eletrônicas

7. <http://www.brasil.gov.br/sobre/o-brasil/o-brasil-em-numeros-1/turismo>, 13 de dezembro de 2012, 15h.
8. <http://www.bshinternational.com/Releas>e/571, 14 de dezembro de 2012, 9h34.
9. Fórum de operadores hoteleiros do Brasil. Hotelaria em números, [http://www.fohb.com.br/pdf/hotelaria_em_numeros_2012.p](http://www.fohb.com.br/pdf/hotelaria_em_numeros_2012.pdf)df, 14 de dezembro de 2012.
10. www.dadosefatos.turismo.gov.br, 13 de dezembro de 2012.