



HOSPITALIDADE

GUIA PARA PROFISSIONAIS
OPERACIONAIS



INICIATIVA

H Instituto de
Hospitalidade



Ministério do
Turismo



HOSPITALIDADE

GUIA PARA PROFISSIONAIS
OPERACIONAIS



República Federativa do Brasil

Presidente

Luiz Inácio Lula da Silva

Ministério do Turismo

Ministro

Walfrido dos Mares Guia

Secretaria Executiva

Secretário:

Márcio Favilla Lucca de Paula

Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo

Secretária

Maria Luisa Campos Machado Leal

Departamento de Qualificação e Certificação e de Produção Associada ao Turismo

Diretora

Carla Maria Naves Ferreira

Coordenação-Geral de Qualificação e Certificação

Coordenadora-Geral

Tânia Mara do Valle Arantes

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Conselho Deliberativo Nacional

Presidente:

Adelmir Araújo Santana

Diretor-Presidente:

Paulo Tarciso Okamoto

Diretor de Administração e Finanças:

Carlos Alberto Dos Santos

Diretor Técnico:

Luiz Carlos Barboza

Unidade de Atendimento Coletivo Comercio e Serviços

Gerente:

José Ricardo Mendes Guedes

Carteira de Turismo

Coordenadores Nacionais de Projetos:

Dival Schmidt Filho

Ilma Ordine Lopes

Valeria Barros

Germana Magalhães

IH - Instituto de Hospitalidade

Presidente Executivo:

Rafael Sanches

Coordenação:

André Eysen de Sá

Equipe Bem Receber - Componente Qualidade Profissional:

Amanda Araujo

Ana Cláudia Machado

Cristiane Serra

Eneida Fernandes.

Produzido pelo NTE – Núcleo de Tecnologia Educacional – IH:

Cláudio Oliveira (coordenador)

Mônica Kobayashi

Rafael Pellens.

Responsabilidade Técnica pelos textos básicos:

Ana Cláudia Machado

Eliana Maia.

Projeto Gráfico e Ilustrações:

Ducca Rios.

Créditos Fotográficos:

Acervo IH.

Parceiros apoiadores:

APEX-Brasil - Agência de Exportações e Investimentos

BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento

© Mtur/Sebrae/Instituto de Hospitalidade - 2007

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida para fins educacionais e institucionais, desde que citada a fonte.

HInstituto de
Hospitalidade



Instituto de Hospitalidade

Rua Frei Vicente, 16
Centro Histórico, Salvador BA

CEP 40025-130

Tel.: (71) 3320-0700

Fax.: (71) 3320-0701

www.hospitalidade.org.br

l47h

Instituto de Hospitalidade

Hospitalidade : guia para profissionais operacionais / Instituto de Hospitalidade; Brasil. Ministério do Turismo.

-Salvador, 2007.

132 p.; il.

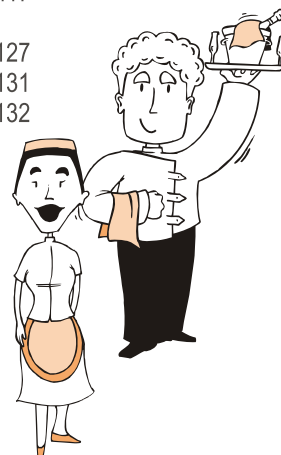
1. Turismo. 2. Hospitalidade. I. Brasil. Ministério do Turismo. II. Título.

CDU 338.48

(Bibliotecária Responsável: Aline da Silva Argenta - CRB 10/1725)

ÍNDICE

Mensagem	05
Apresentação	06
Hospitalidade para atuar no Turismo	07
Auto-avaliação	08
Sessão1 - Receber bem demonstrando sua hospitalidade	11
Sessão2 - Entender o turismo como setor chave para o desenvolvimento sustentável	21
Sessão3 - Atuar na área de turismo, identificando a necessidade de um trabalho conjunto	33
Sessão4 - Identificar o perfil profissional requerido pelo Setor de turismo, valorizando a certificação profissional	41
Sessão5 - Recepcionar o cliente, atendendo suas necessidades e expectativas	51
Sessão6 - Cuidar da apresentação pessoal e do ambiente	61
Sessão7 - Comunicar-se para servir com excelência	69
Sessão8 - Atuar como elo de ligação, apoiando a equipe	79
Sessão9 - Atender clientes, segundo os padrões de etiqueta social	89
Sessão10 - Atuar, segundo os padrões éticos, em situações que envolvam o cliente e a equipe	97
Sessão11 - Apresentar comportamentos éticos, estabelecendo relações de confiança	103
Sessão12 - Aplicar procedimento de segurança no trabalho	111
Sessão13 - Atuar conforme os padrões de qualidade no atendimento	117
Finalizando	127
Glossário	131
Gabarito	132



MENSAGEM

O **Programa Bem Receber** é uma iniciativa do Ministério do Turismo, SEBRAE e do Instituto de Hospitalidade, sendo este último a entidade executora. Desenhado com o objetivo de contribuir para o aumento da qualidade dos serviços prestados e competitividade dos destinos turísticos, criteriosamente selecionados, suas ações são focadas na qualificação profissional e na gestão sustentável dos estabelecimentos envolvidos.

O Programa visa beneficiar os micro e pequenos meios de hospedagem através da operacionalização de diversas etapas, incluindo: mobilização e sensibilização de empresários e lideranças locais; qualificação de instrutores e mobilizadores; avaliações diagnósticas; treinamento no local de trabalho; avaliação para certificação de pessoas; assistência técnica aos empresários, interessados em adotar boas práticas de sustentabilidade, e, auditoria para a certificação em turismo sustentável.

Uma das etapas mais importantes do Programa é o aperfeiçoamento de profissionais no local de trabalho, realizada por instrutores previamente preparados, escolhidos entre os integrantes dos próprios estabelecimentos. A esses instrutores cabe a tarefa de orientar suas equipes no aperfeiçoamento contínuo das competências, hoje requeridas para a entrega de serviços com qualidade.

Para tanto, foi desenvolvido um conjunto de guias a serem distribuídos aos futuros instrutores no momento de sua qualificação. Esses guias foram concebidos para servirem de instrumentos de apoio didático ao treinamento em serviço, orientado por instrutores, em sua maioria, formados na prática. Isso explica sua linguagem simples e direta, e sua forma de apresentação leve, buscando captar e manter o interesse dos participantes.

Para cada uma das ocupações, mais representativas do segmento de meios de hospedagem há um guia específico, com sessões curtas, focadas no desenvolvimento de competências. Guias específicos ao aperfeiçoamento das competências que compõem a Hospitalidade transversal a todas as ocupações do Setor de Turismo também foram desenvolvidos para os profissionais operacionais, supervisores e gerentes.

Todos os guias são baseados nas Normas Brasileiras de Ocupações e Competências para o Setor de Turismo, publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), e trazem um conjunto de situações de aprendizagem, desenhadas conforme o conceito de educação baseada em competências, valorizando o referencial prévio dos participantes.

Com esses guias, o **Programa Bem Receber** espera contribuir de forma valiosa no aperfeiçoamento profissional e melhoria da qualidade dos serviços nos estabelecimentos do Setor de Turismo no Brasil, acreditando que o empenho de todos vai assegurar a sua melhor utilização.

Programa Bem Receber

APRESENTAÇÃO

Este material foi elaborado para apoiar sua qualificação profissional. Aqui você encontrará atividades, histórias, informações, estudos, dicas e novidades sobre o Setor de Turismo e Hospitalidade. Você percorrerá sessões de aprendizagem para exercitar as competências necessárias e desempenhar com sucesso sua ocupação no setor turístico, seja como garçom, recepcionista, camareira, mensageiro, governanta...

As atividades propostas visam estimulá-los a aprofundar seus conhecimentos e renovar suas atitudes, individualmente ou com seus companheiros de equipe, de acordo com as especificidades de sua rotina de trabalho.

Você encontrará em cada sessão de aprendizagem:



Aquecimento

momento inicial, uma “provocação” sobre o que você encontrará pela frente. Pode incluir uma ilustração, uma música, um poema...



Verificando saberes prévios

momento em que você será levado a refletir sobre a competência em questão, a partir do que já sabe. É um momento valioso para construir e aprofundar novos conhecimentos.



Exercício

atividade, desafio, problema ou pesquisa a serem realizados com base em cenários típicos do mundo real, que ofereçam a oportunidade de colocar em prática as ações em questão.



Comparação com outras referências

aqui você encontrará dicas, informações, artigos e situações importantes aprofundando seus conhecimentos sobre as competências da Hospitalidade.





Síntese

momento em que você vai resumir as idéias e questões mais importantes abordadas na sessão de aprendizagem. É um exercício intelectual importante para quem está passando por um processo de aperfeiçoamento profissional.



Desempenho

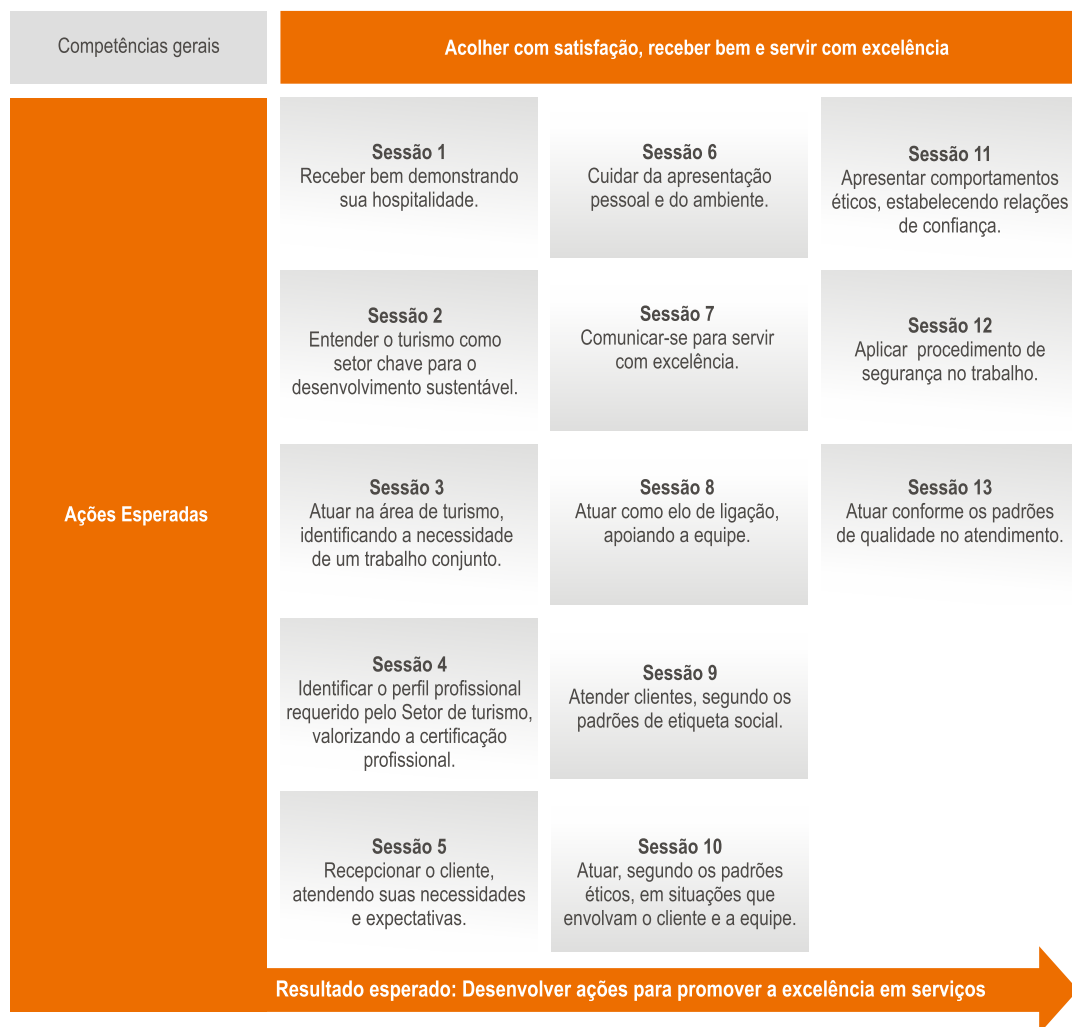
esta etapa inclui atividades que proporcionam a chance de praticar **ações para promover a excelência em serviços** no empreendimento em que você trabalha. Não perca a oportunidade de transformar seu local de trabalho num espaço de aprendizagem.



Avaliação

momento onde você testará se seus conhecimentos foram realmente ampliados. Leia com atenção, responda às questões propostas e confira sua pontuação. É importante lembrar que errar é uma oportunidade de perceber onde você pode melhorar.

E não se preocupe! Você não está sozinho. Um Instrutor foi especialmente preparado



AUTO-AVALIAÇÃO

A partir das ações esperadas anteriormente descritas, faça uma auto-avaliação de seu atual desempenho como profissional atuante na atividade turística. Leia com atenção e responda a seguir:

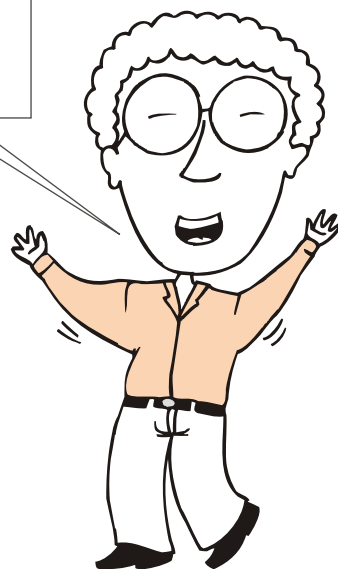
1) Quais ações você desempenha com sucesso?

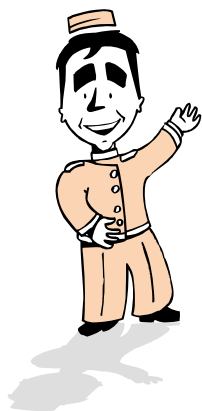
2) Em quais ações você precisa de ajuda para desempenhar?

3) Que tipo de ajuda você precisa para desempenhar essas ações?

Agora que você já fez um balanço geral de como está profissionalmente, prepare-se para aperfeiçoar suas ações no local de trabalho. Priorize sua atenção para seus pontos de investimento, durante e depois da qualificação.

Boa sorte e bom trabalho!



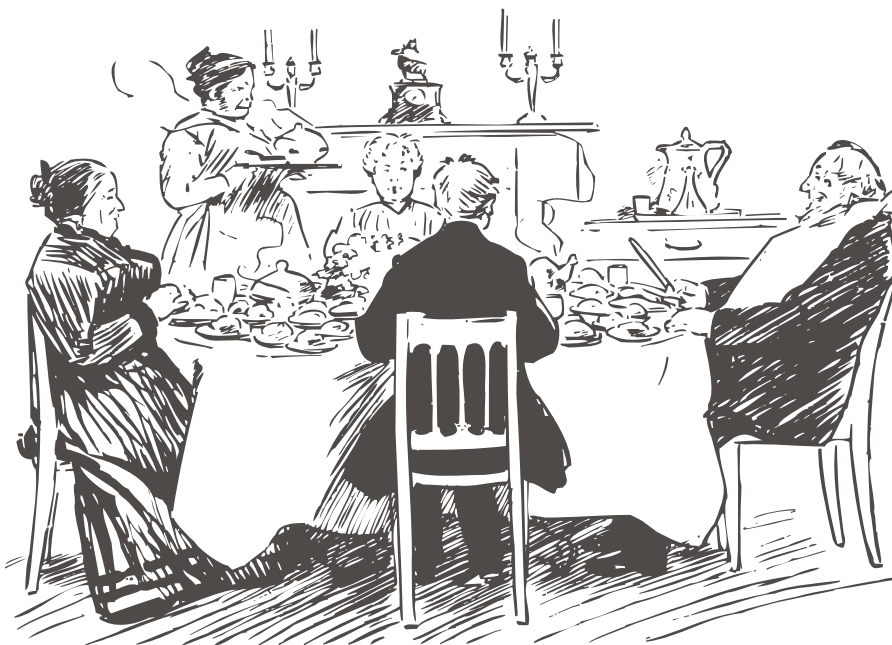


Sessão 1

Acolher o cliente demonstrando sua hospitalidade.



AQUECIMENTO



“O bem receber, nas raízes dos brasis de antigamente, se traduzia em práticas como a de ceder as melhores acomodações da casa ao “compadre” quando este estava de passagem ou fazia uma visita, matar o capão gordo que corria pelo terreiro para fazer um escaldado no almoço de boas-vindas, ou oferecer em montaria o cavalo “esquipador” e com os arreios brilhantes para uma cavalgada.

Pois bem, eu vivi isso e, nas novas andanças, percebo agora que receber alguém sempre foi para o brasileiro uma espécie de celebração, quase um ritual pontilhado de manifestações de alegria, de emoção e até de afeto, com variadas tonalidades de espontaneidade e de imprevisibilidade que tornam o fato sempre novo, não interessa quantas vezes o rito se repita.”

(TEIXEIRA, Silvestre. Sentir-se em casa. IN: Revista HOST 15 Hospitalidade & Turismo Sustentável. Agosto/Setembro 2006. Ano 3).

Receber o cliente com hospitalidade não é meramente uma competência no mundo do trabalho. Está relacionado também a uma característica, uma parte da cultura brasileira. Presente no cotidiano que se transforma, transformando essa hospitalidade.



VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Quais são as providências e atitudes tomadas por você e sua família quando recebem um visitante em casa?

EXERCÍCIO

1 - Leia a situação a seguir e realize a atividade indicada:

A pousada em que você trabalha foi reservada a um grupo de pessoas que está comemorando o faturamento anual da empresa em que trabalham. O proprietário da pousada deixou recomendações para que os futuros hóspedes tenham um final de semana inesquecível...

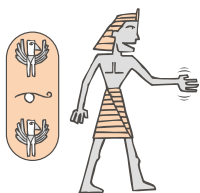
Escreva, em linhas gerais, as providências necessárias para receber bem o grupo, demonstrando hospitalidade.

2 - Descreva, em linhas gerais, como os funcionários recepcionam os hóspedes que chegam no estabelecimento em que você trabalha.

COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

Hospitalidade entendida como a prática de acolher o visitante que vem de outro lugar, pode ser percebida desde a antiguidade através da literatura, demonstrando diferentes sociedades no tempo e no espaço, se preocupando com o bem estar dos “que vêm de fora”.

No Velho Testamento pode-se encontrar:



“E caso um residente forasteiro resida contigo no vosso país, não deveis maltratá-lo. O residente forasteiro que reside convosco deve tornar-se para vós como vosso natural; e tens de amá-lo como a ti mesmo, pois vos tornastes residentes forasteiros na terra do Egito.”

(Levítico 19: 33-34).

Assim como, na Grécia Antiga:



“(...) Tais serão, portanto, o caráter e o procedimento daquele que viaja para o exterior. Depois dele, teremos que tratar em termos amigáveis do visitante que vem do exterior. Há quatro tipos de estrangeiros visitantes que requerem atenção. O primeiro e inevitável visitante é aquele que escolhe o verão, de ordinário, para suas visitas anuais, semelhante a aves migratórias e como aves a maioria cruza o mar, tal como se tivesse asas, objetivando ganhar dinheiro com seu comércio, e sobrevoa as cidades estrangeiras durante o estio.



“(...) O segundo tipo de estrangeiro é o inspetor no sentido literal da palavra, que com seus olhos e seus ouvidos inspecionará tudo que diz respeito às exibições musicais: para este deverá haver alojamentos nos templos de modo a contar com hospitalidade cordial...”

(PLATÃO. As leis. São Paulo: EDIPRO, 1999).

Hospitalidade no mundo atual

Todas as sociedades apresentam um jeito de expressar sua hospitalidade. Atualmente, com o turismo, a hospitalidade ganhou formas e interpretações. O turismo como atividade produtiva ocasionando o encontro e a relação entre visitantes e visitados, tem na hospitalidade um componente indispensável, que, segundo Silvestre Teixeira, “ envolve o Estado (exigências de entrada no território, segurança, infra-estrutura básica, comunicação etc.), suas formulações legais (regulações, vistos de permanência, delimitações, garantias etc) e toda uma cadeia de prestadores de serviços, chamados, genericamente, de trade, comportando mais de duas dezenas de segmentos produtivos.” (TEIXEIRA, Silvestre. Palestra proferida no 1º Colóquio de Hospitalidade. São Paulo; Salão de Turismo. 06 de junho de 2006.)

No Brasil, a hospitalidade, comum e fortemente enraizada pela cultura do encontro de tantas culturas, está sendo vista e trabalhada para ser a marca da brasilidade, a identidade cultural que promova o país em direção ao desenvolvimento do turismo. Uma iniciativa compondo as estratégias de apostar no turismo como um dos vetores para o desenvolvimento sustentável do país.

A hospitalidade está presente na intermediação entre os clientes e os profissionais prestadores dos mais variados serviços, por isso é transversal quando se fala em qualificação profissional. E aperfeiçoar a qualidade nos serviços através de boas práticas é imprescindível na construção de bases sólidas do turismo em qualquer lugar, além da infra-estrutura e segurança proporcionadas.

Por hospitalidade entende-se, então, **o conjunto de ações, serviços, infra-estrutura e outros recursos destinados a receber bem os visitantes, acolhê-los com satisfação e servi-los com excelência sem perder as características fundamentais da relação entre pessoas.**

O Brasil e o jeito brasileiro de ser

Alegria Original (Matias da Rocha Joana Batista Ramos; Adaptação de Carlinhos Brown)

*Vem o sapo
Vem a rã
Vem a cobra
Vem a gíia
Todo mundo preparado
Pra fazer a confraria
Toda rua de Olinda
Tem saída pra Bahia
Onde junta brasileiro
Só se fala em alegria*



Isso aqui o que é (Caetano Veloso)

*Isso aqui ô ô, é um pouquinho de Brasil iaia
Desse Brasil que canta e é feliz, feliz, feliz, é
também um pouco dessa raça
Que não tem medo de fumaça
E não se entrega não*



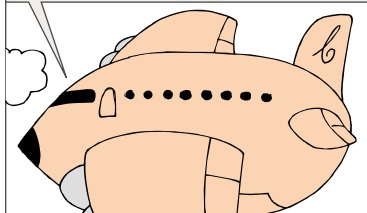
Duas músicas, criadas em épocas diferentes, cantando o Brasil e o brasileiro alegre e festivo, identificando traços culturais para representar um país tão grande e cheio de diversidade. Talvez uma necessidade para a valorização de um povo nascido da mistura de outros povos, do encontro e do embate, surgido em um espaço colonizado, que durante muito tempo, não teve autonomia para decidir sobre seu próprio caminho.

O sentimento de ser brasileiro passou a fazer parte da vida do país, durante o transcorrer de sua história e foi no século XX, que esse sentimento se fortaleceu, estabelecendo símbolos e características combinados, no esforço de construção de uma identidade cultural. Futebol, samba, sol, feijoada, alegria, criatividade, fé e hospitalidade são alguns desses símbolos e características, marcas que destacam o Brasil dentro e fora de seu território.

Atualmente, o mundo globalizado coloca o desafio da definição de forças para a inserção de qualquer país no mercado. No Brasil, a agricultura e a indústria, de forma generalizada, continuam importantes atividades produtoras de riquezas negociadas lá fora, mas é o turismo que vem se destacando, utilizando como matéria prima, a riqueza cultural, as belezas naturais e a hospitalidade.

Assim, o turismo, como catalisador da hospitalidade brasileira, vem despertando em seus diferentes destinos a necessidade de definir uma marca, uma prática própria identificando aquele lugar como único. Neste sentido alguns esforços estão sendo apoiados por importantes instituições de promoção do turismo e de fomento aos empreendimentos voltados ao setor. A qualificação de pessoas e a qualidade dos serviços oferecidos são temas constantes de discussão e de apoio dessas instituições.

Senhores passageiros estamos chegando a Salvador, a maior fábrica de baianos do planeta! Uma terra que vai recebê-los com muito calor. São 30 graus agora, o tempo está ótimo!



Agora você deve se perguntar: como a hospitalidade está sendo apresentada pelas pessoas que moram e trabalham em seu destino turístico, para receber bem e acolher com satisfação os visitantes? A prática da hospitalidade brasileira deve ser vivida por todos os envolvidos na atividade turística, nas diversas regiões do país.





SÍNTESE

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **hospitalidade**.





DESEMPENHO

1 - Faça uma rápida pesquisa no empreendimento em que você trabalha e descubra as solicitações e pedidos mais frequentes dos clientes. Divulgue sua pesquisa entre seus colegas de trabalho para que novas idéias apareçam e encantem os clientes.

2 - Fique atento aos momentos em que você pode aprimorar a hospitalidade em seu estabelecimento. Faça anotações e ao final de seu turno reflita sobre os aspectos nos quais você pode melhorar.



AVALIAÇÃO

1 - Acolher o cliente com hospitalidade significa:

- A)** Dispensar atenção ao cliente identificando as suas necessidades e possibilitando o seu bem-estar.
- B)** Disponibilizar toda a infra-estrutura e tecnologia do empreendimento.
- C)** Oferecer uma lembrança feita pelo empreendimento.
- D)** Estar sempre disposto a atender todos os desejos do cliente, sejam eles quais forem.

2 - Eu e meus colegas de trabalho somos hospitaleiros quando:

- A)** Sorrimos apenas quando o cliente chega ao estabelecimento.
- B)** Demonstramos habilidade em tudo que fazemos.
- C)** Recebemos bem, acolhemos com satisfação e servimos com excelência.
- D)** Nos apresentamos limpos e bem arrumados.



Sessão 2

Entender o turismo como setor chave para o desenvolvimento sustentável.



AQUECIMENTO

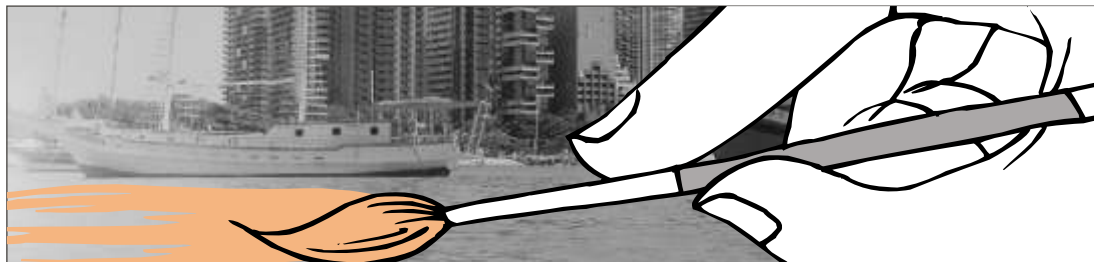
Baseado na música “Aquarela Brasileira” de **Silas de Oliveira**



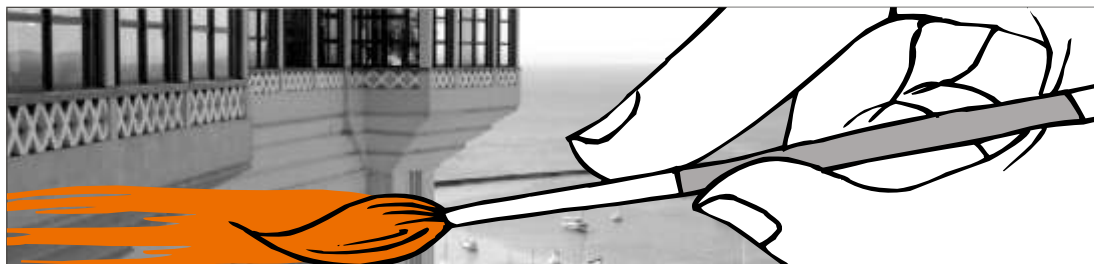
Vejam esta maravilha de cenário / É um episódio relicário / Que o artista num sonho genial / Escolheu para este carnaval / E o asfalto como passarela / Será a tela do Brasil em forma de aquarela...



Passeando pelas cercanias do Amazonas / Conheci vastos seringais / No Pará, a Ilha de Marajó / E a velha cabana do Timbó...



Caminhando ainda um pouco mais / Deparei com lindos coqueirais / Estava no Ceará / Terra de Irapuã / De Iracema e Tupã



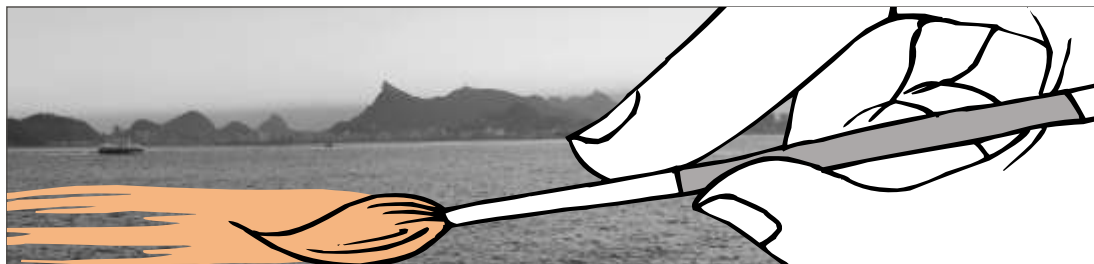
Fiquei radiante de alegria / Quando cheguei na Bahia / Bahia de Castro Alves / Do acarajé / Das noites de magia / Do candomblé...



Depois de atravessar as matas do Xingu / Assisti em Pernambuco / A festa do frevo e do maracatu...



Brasília tem o seu destaque / Na arte, na beleza e arquitetura / Feitiço de garoa pela serra / São Paulo engrandece a nossa terra...



No Leste e por todo o centro-oeste / Tudo é belo e tem lindo matiz / E o Rio, de sambas e batucadas / De malandros e mulatas de requebros febris...



Desde tempos remotos os seres humanos registram sua vontade de encontrar, conhecer ou simplesmente estar em lugares diferentes. Atualmente essa vontade movimenta uma atividade econômica complexa, é o que chamamos de Turismo. O Brasil é um grande país, com belas paisagens, cultura rica e diversificada, de sotaques interessantes, com grandes cidades, sol, praia, campos e cachoeiras... Potencialidades para o desenvolvimento sustentável do turismo brasileiro.

VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Boas novas para o Brasil

“Em 2005, o turismo internacional cresceu mais que a média mundial no Brasil. Segundo estimativas da Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo mundial cresceu por volta de 5,5%, quando comparado a 2004. Já no Brasil, o número de desembarques internacionais cresceu mais de 10%. O crescimento também foi elevado em outros países da América Latina, que, como um todo, cresceu 13% em 2005. Também cresceram acima da média a África (10%) e a região da Ásia-Pacífico (7%). O crescimento foi mais modesto nos EUA (4%), Caribe (5%) e Europa (4%).

Segundo a Embratur (antiga Empresa Brasileira de Turismo, atual Instituto que compõem o Ministério do Turismo), o ano de 2005 foi o melhor ano da história do turismo brasileiro. A entrada de divisas foi 20% maior que em 2004, chegando a US\$ 3,9 bilhões. O crescimento do turismo internacional pode ser sentido especialmente em destinos como Foz do Iguaçu, que recebeu mais de um milhão de visitantes, batendo o recorde histórico de 1987. Quase 60% dos turistas que visitaram a cidade eram estrangeiros. No Nordeste, os vôos charter direto da Europa continuaram sendo os destaques.”

(PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO DO TURISMO SUSTENTÁVEL. Boletim PCTS Edição 1, fev/2006).

Em sua opinião, como profissional atuante na atividade turística, o que a sua região precisa para ter um turismo cada vez mais desenvolvido?

EXERCÍCIO



Imagine que esta praia pertence a uma comunidade que começou a receber turistas há pouco tempo. Os poucos turistas visitantes gostaram muito do clima e das lindas paisagens, mas reclamaram da falta de conforto e infra-estrutura para se hospedarem. Os moradores são em sua maioria pescadores e mantêm uma rica tradição em fazer objetos com a casca do coco. Estão um tanto desconfiados das pessoas novas que chegam, mas começam a perceber as oportunidades de produzir renda com os turistas. A prefeitura está empolgada e já começa a pensar em investir ...

1 - Identifique algumas oportunidades que o turismo pode trazer para esta comunidade:

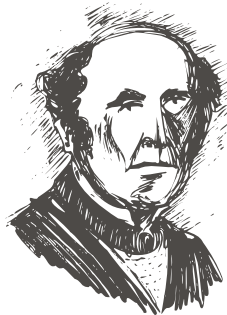
2 - Identifique alguns cuidados necessários para preservar a cultura e o meio ambiente local:

3 - Agora pense na sua cidade e identifique os pontos positivos e negativos do turismo em sua região.

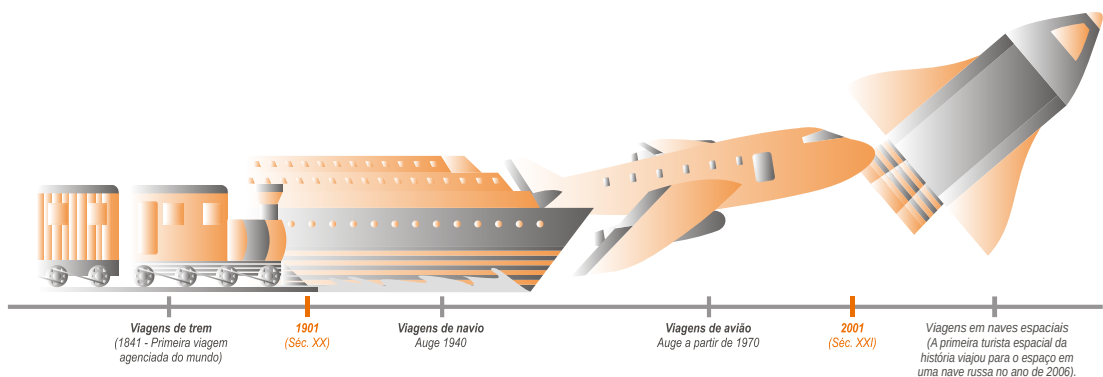




COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS



O termo turismo, como hoje é conhecido, começou a ser realmente pensado em meados do século XIX, quando surgiram os agenciamentos de viagens. **Thomas Cook**, o primeiro agente de viagens do mundo, organizou em 1841 um tour em grande escala, para 500 pessoas. A evolução do transporte de massa, como o trem a vapor, os transatlânticos e posteriormente os aviões, também foram importantes no desenvolvimento da atividade turística.



No Brasil, o turismo movimenta 52 segmentos diferentes da economia, despontando como um dos mais importantes setores de geração de empregos. De fato, em seus diversos segmentos, o turismo tem a capacidade de ocupar pessoas de todos os níveis de escolaridade, seja no emprego formal ou informal. Isso lhe dá uma versatilidade maior do que qualquer outra atividade econômica na geração de ocupação e renda. Além disso, o turismo alcança as regiões mais remotas do nosso país, graças às belezas naturais e à riqueza cultural que lá se encontram.



FOZ DO IGUAÇÚ



SALVADOR



RIO DE JANEIRO

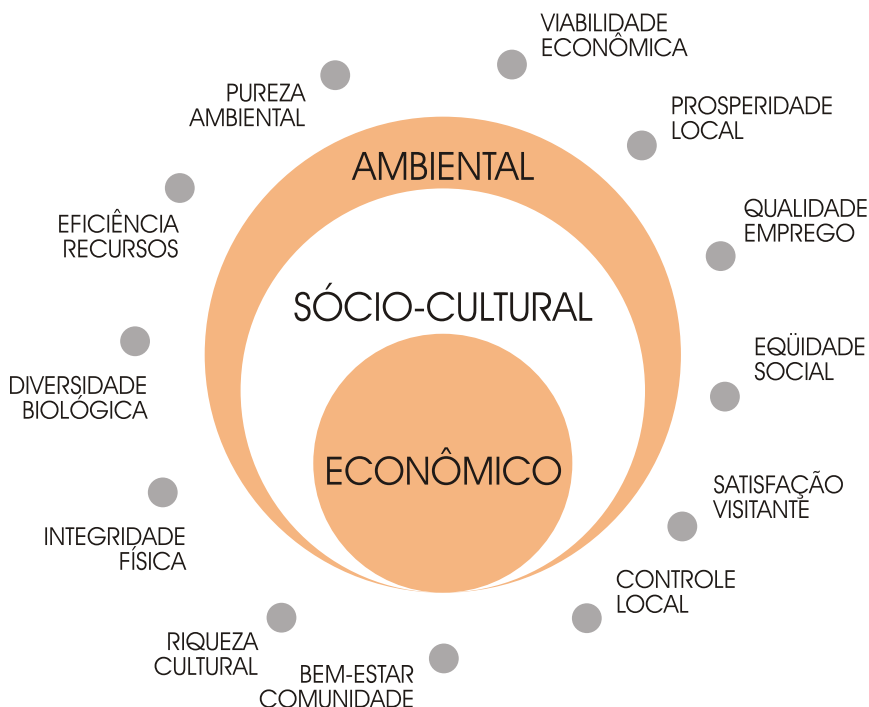
Para que a comunidade se beneficie com o turismo é preciso que o dinheiro reverta em benefício da cidade. O dinheiro deixado pelo turista na região deve melhorar a qualidade de vida da população local. Isto significa sustentabilidade: o ambiente sendo preservado e a atividade turística trazendo desenvolvimento econômico e social à região e sua comunidade.

Desenvolvimento sempre traz transformação, envolvendo qualquer atividade produtiva, inclusive o turismo. Essa noção de desenvolvimento sustentável começou em meados do século XX, a partir da preocupação com o crescimento econômico, industrial e urbano, pelo qual estavam passando várias regiões espalhadas pelo planeta. Acelerando assustadoramente a degradação do meio ambiente e de culturas ancestrais.

Programas de conscientização vêm sendo realizados em todo o país, despertando as comunidades sobre as vantagens da atividade turística praticada com consciência ecológica e visando a conservação da natureza. É a procura pela sustentabilidade do desenvolvimento.

As dimensões do desenvolvimento sustentável complementam-se, criando situações favoráveis à sociedade como um todo.

Desenvolvimento Sustentável do Turismo



O que é turismo sustentável?

Algumas definições de turismo sustentável, apresentamos abaixo, para o seu conhecimento:

Def.1: Turismo Sustentável é aquele que visa minimizar impactos ecológicos e sócio-culturais, enquanto promove benefícios econômicos para as comunidades locais e países receptores.

(Acordo de Mohonk).

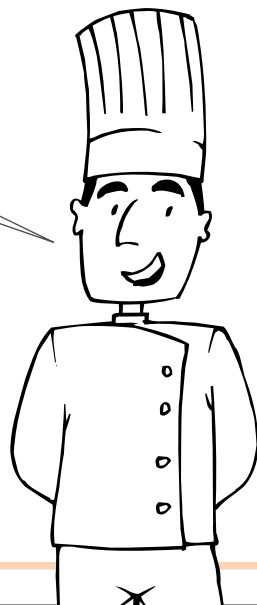
Def.2: Um desenvolvimento sustentável do turismo satisfaz as necessidades dos turistas atuais e das regiões receptoras enquanto protege e aumenta oportunidades no futuro. Assuma-se que leva a um manejo de todos os recursos, de uma maneira que necessidades econômicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas enquanto a integridade cultural, processos biológicos essenciais, diversidade biológica e sistemas de suporte da vida são mantidos (Organização Mundial de Turismo e PNUMA)."

Princípios do turismo sustentável

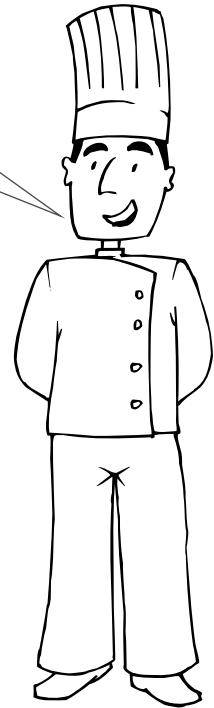
Apresentam-se a seguir os Princípios estabelecidos no Brasil pelo Conselho Brasileiro para o Turismo Sustentável (CBTS), que constituem uma das referências nacionais de Turismo Sustentável:

- ▶ Respeitar a legislação vigente.
- ▶ Garantir os direitos das populações locais.
- ▶ Conservar o ambiente natural e sua biodiversidade.
- ▶ Considerar o patrimônio cultural e valores locais.
- ▶ Estimular o desenvolvimento social e econômico dos destinos turísticos.
- ▶ Garantir a qualidade dos produtos, processos e atitudes.
- ▶ Estabelecer o planejamento e a gestão responsáveis.

Todo empreendimento voltado para a prestação de serviços turísticos deve estar consciente e preocupado em atender os princípios colocados anteriormente. A sustentabilidade do destino turístico no qual está inserido, está diretamente ligada à sustentabilidade de seu próprio negócio.



Se você parar e pensar um pouco, perceberá que os princípios para o desenvolvimento de um turismo sustentável, se completam num movimento único de posturas e atitudes esperadas por todos os envolvidos. Por exemplo, a conservação do ambiente natural e de sua biodiversidade, geralmente, é garantida quando se respeita a legislação vigente; o estímulo do desenvolvimento social e econômico de destinos turísticos, pode e deve garantir os direitos das populações locais; o estabelecimento de planejamento e gestão responsáveis por um empreendimento, auxilia na manutenção da qualidade dos produtos, processos e atitudes.



(Curiosidade)



O que é Embratur?

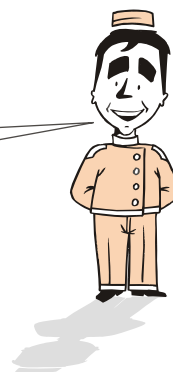
(Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Embratur>)

A EMBRATUR, a antiga Empresa Brasileira de Turismo, é hoje um Instituto e não mais uma empresa estatal do governo brasileiro. Foi criada no Rio de Janeiro, em 18 de novembro de 1966.



SÍNTESE

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **turismo e desenvolvimento sustentável**.

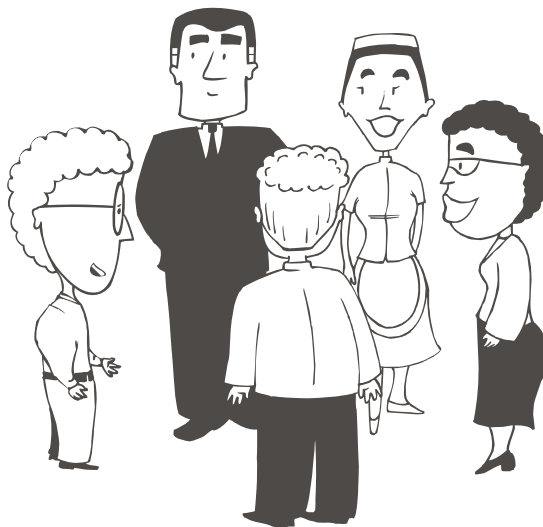




DESEMPENHO

1- Pesquise e identifique as ações diretas e indiretas colocadas em prática na promoção do turismo em sua cidade. Faça uma análise e formule uma opinião: as ações realizadas adotaram caminhos para o desenvolvimento sustentável do turismo?

2- Identifique em seu estabelecimento quais ações podem ser tomadas em todos os departamentos para diminuir os impactos do turismo na natureza. Converse com sua equipe de trabalho sobre suas reflexões e pensem em alternativas viáveis.



AVALIAÇÃO

1 - Sobre a influência do Turismo no desenvolvimento da economia mundial, pode-se afirmar que:

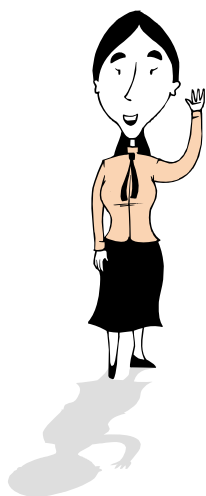
- A) o turismo não conta muito na economia mundial.
- B) o turismo começa a ser importante no contexto da economia mundial.
- C) o turismo é uma das atividades mais significativas em todo o mundo.
- D) o turismo ainda é inexpressivo no mundo.

2 - Sobre desenvolvimento sustentável do turismo pode-se citar como princípios:

- A) Respeitar a legislação vigente.
- B) Conservar o ambiente natural e sua biodiversidade.
- C) Considerar o patrimônio cultural e valores locais.
- D) Todas as alternativas anteriores.

3 - O turismo enquanto atividade produtiva:

- A) Sempre existiu, desde tempos remotos.
- B) Surgiu com a recente globalização mundial.
- C) Começou a ser pensada em meados no século XIX, com o primeiro agenciamento de viagem.
- D) nenhuma das alternativas anteriores.



Sessão 3

Atuar na área de turismo, identificando a necessidade de um trabalho conjunto.



AQUECIMENTO



O corpo humano funciona através de sistemas interligados, como o sistema respiratório, circulatório, digestivo... Se você olhar ao redor vai perceber que no mundo, várias outras coisas estão organizadas em sistemas.



VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Em sua opinião, qual a importância de sua ocupação para o conjunto da atividade turística?



EXERCÍCIO

1 - Identifique os estabelecimentos, instituições etc, que compõem o sistema turístico em sua cidade.

2 - Em sua opinião como você deve atuar para apoiar o trabalho conjunto de sua equipe de trabalho?



COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

Um sistema é a forma como os elementos se organizam na produção de um resultado. Tudo ou quase tudo no mundo forma sistemas: a natureza, a sociedade, o nosso corpo, as máquinas. Ninguém sobrevive sem órgãos importantes como o coração, fígado ou o cérebro. Se um deles falha, o sistema pára de funcionar. É isso que acontece com o turismo. Ele depende do funcionamento conjunto de quatro grupos principais: o poder público, o empresariado, os profissionais e prestadores de serviços em turismo, e a comunidade. Cada parte tem um papel determinado a ser cumprido para que o sistema turístico atenda às expectativas dos visitantes e seja bom para a região na qual está inserido. Cada parte tem a sua função.



Os segmentos do turismo

Os diversos segmentos do turismo, de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), são os seguintes:

- 1) Meios de hospedagem.
- 2) Restaurantes e serviços de alimentação.
- 3) Entretenimento e lazer.
- 4) Agência de viagem, operadoras e transportadoras.
- 5) Atividades correlatas, inclusive escolas e consultorias.

Tais segmentos formam uma grande rede de atendimento, cujo objetivo final é facilitar a vida do turista. Em resumo, o turismo é um sistema que depende do trabalho conjunto de governantes, dos empresários, dos profissionais da área e de toda a comunidade. Quanto mais integrados estiverem os serviços públicos, os serviços de turismo e todos os serviços prestados pela comunidade, melhor será o atendimento ao turista e maior o aproveitamento das potencialidades da cidade. Isto significa oportunidades de trabalho e negócios para todos, demandando profissionais habilitados e treinados.

Hospitalidade e trabalho conjunto

Serviços essenciais para um destino turístico, como a limpeza pública, os transportes, a comunicação e a segurança são direitos de qualquer comunidade, a serem conquistados na maioria das regiões brasileiras. Por isso, fique atento aos serviços disponibilizados pelo seu destino turístico. Procure maneiras de opinar e ajudar a melhorar esses serviços para sua comunidade e para os visitantes que chegam.

Limpeza pública depende, fundamentalmente, de educação - levando do respeito ao outro, a hábitos de higiene e limpeza, à conservação do nosso patrimônio, ao desenvolvimento de habilidades e atitudes para lidar com o turista, criando princípios e valores para a atuação de cada um no exercício de uma cidadania plena e responsável.

Quanto aos transportes, lembre-se: o turista, por definição, é um viajante e, muito provavelmente, um curioso. Transporte para ele significa chegar, sair, passear e conhecer.

Todos os serviços de transportes, formais ou informais, devem atender bem ao turista. Por isso, funcionários e trabalhadores autônomos do sistema de transportes têm a grande responsabilidade de passar ao visitante a primeira impressão da cidade. Estes profissionais também são muito procurados para dar informações e dicas sobre os atrativos do lugar. Simpatia, gentileza, honestidade e informação correta formam a base do bom atendimento ao turista.

Quanto à comunicação, você pode ser um excelente informante turístico para quem chega numa cidade desconhecida. Dê sempre informações precisas e trate o turista da melhor maneira possível. Isto produzirá uma impressão marcante sobre a cidade e a população local. O turista bem tratado volta sempre, além de fazer propaganda positiva da cidade.

No que diz respeito à segurança, cada sinal é importante: policiamento nas ruas com policiais conscientes e bem treinados serviços de alimentação e hotelaria com garantia de segurança de alimentos e boa apresentação; acesso fácil aos meios de comunicação. E, o que é mais importante: simpatia e solicitude por parte de todos, especialmente em casos de emergência.

Você no meio de tudo isso...



O seu trabalho deve ser visto como parte importante dentro do funcionamento do empreendimento onde você trabalha. É como se você fizesse parte de uma orquestra sinfônica: para a música ser executada perfeitamente e encantar os expectadores, os músicos devem atuar com competência e sintonia.

Lembre-se: você faz parte da cadeia produtiva do turismo. Seu trabalho ajuda a realizar o sonho de um turista. Se perceber que um colega falhou, tente de todos os modos reverter a situação para que o turista se mantenha satisfeito.

Em um hotel, por exemplo, o Setor de Recepção depende do bom trabalho do Setor de Reservas, mas se algo sair errado, quem atende o turista deve fazer o máximo para que a falha não seja percebida. Depois de resolvido o problema, você deve procurar o colega que falhou e o restante da equipe e identificar, em conjunto, formas de impedir que a mesma falha ocorra novamente. A solução identificada deve ser documentada e implementada, pois, dessa forma poderá ser iniciado um processo de normalização, garantindo a qualidade.

Se você for um profissional competente em hospitalidade, sua prática fará com que o turista leve na bagagem lembranças inesquecíveis, volte e traga consigo muitos outros, que virão com novas expectativas a serem transformadas em realidade e, se possível, superadas.

SÍNTESE

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **turismo e trabalho conjunto**.



DESEMPENHO

1- No seu posto de trabalho, procure observar como as atividades se interligam entre os departamentos. Avalie como suas ações contribuem para fortalecer seu estabelecimento como um sistema.



AVALIAÇÃO

1- Marque a(s) alternativa(s) correta(s):

- A) () O trabalho conjunto reforça o sistema turístico.
- B) () Os diversos segmentos devem procurar trabalhar de forma individualizada.
- C) () Se o Setor de Turismo trabalhar como uma orquestra, o êxito estará comprometido.
- D) () O trabalho competitivo reforça a relação ganha-ganha.

2- Fazer parte de uma equipe de trabalho pode ser comparado a pertencer a uma orquestra porque:

- A) todos devem cumprir seu papel e ter compromisso com o desempenho de todos.
- B) cada um tem uma tarefa a desempenhar.
- C) todos devem obrigação ao seu superior.
- D) cada um deve ser o melhor na sua posição.

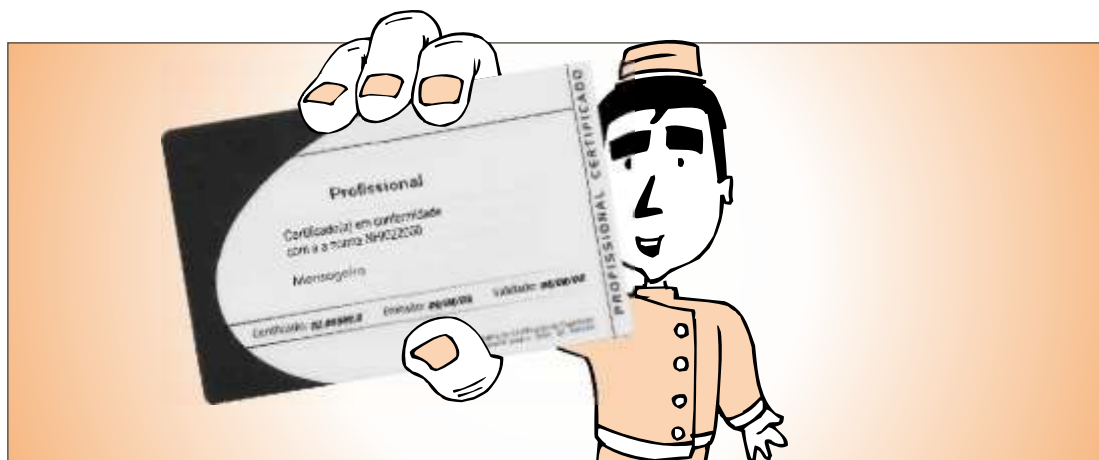


Sessão 4

Identificar o perfil profissional requerido pelo Setor de turismo, valorizando a certificação profissional.



AQUECIMENTO



A certificação profissional valoriza o trabalhador, estabelecendo uma referência para os clientes, além de estimular o aperfeiçoamento constante.



VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Você já passou por algum processo de certificação profissional, como cursos ou provas? O que você achou dessa experiência?



EXERCÍCIO

GARÇOM, 1 Vaga, 1 mês de exp., 1º grau completo...

CHEFE DE COZINHA, 1 vaga, 1 ano de exper., 1º grau completo...

BARMAN, 24 meses de exp., 1º grau, que faça malabarismo com garrafas...

CONFEITEIRO, 24 meses de exp., escolaridade não exigida...

1- A partir dos anúncios anteriores, identifique e construa um personagem com o perfil profissional pedido, atualmente, pelo Setor de Turismo.

2- Reveja seu currículo e identifique os itens que compõem seu perfil profissional. Anote os pontos a serem trabalhados para um aperfeiçoamento maior.



COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

A qualidade nos serviços que compõem a atividade turística é uma das principais metas de estímulo ao seu crescimento, e uma das preocupações entre empresários e poder público. O turismo pode ser responsável por uma significativa parte da força de trabalho disponível, gerando renda e empregabilidade. No Setor turístico há uma variedade grande de ocupações que, abrangendo diferentes níveis de escolaridade, ampliam as possibilidades para muitos.

Mas para que esse crescimento seja sustentável e equilibrado, essa força de trabalho deve ser valorizada e estimulada a acompanhar esse crescimento. Se assim não for, toda a potencialidade de melhoria da qualidade de vida das comunidades receptoras perde forças, e elas ficam vulneráveis à rotatividade e à insegurança de um trabalho temporário.

Essa preocupação deve ser sua também. Em qualquer ocupação, é fazendo o melhor que você será reconhecido. Faça de seu ambiente de trabalho um espaço de constante aprendizado, a ser levado para a vida, enriquecendo suas competências profissionais. Esteja atento às possibilidades de certificação, são desafios instigadores que reconhecem sua capacidade em público, valorizando-o enquanto profissional.

Hospitalidade e Certificação Profissional

Para quem elegeu o turismo como segmento de trabalho e a ele querem de fato se dedicar, a competência hospitalidade é ponto vital para o sucesso. Ela permeia todos os segmentos do turismo: meios de hospedagem, restaurantes e serviços de alimentação, entretenimento e lazer, agências de viagens, operadoras e transportadoras, e até algumas atividades correlatas, como escolas e consultorias.

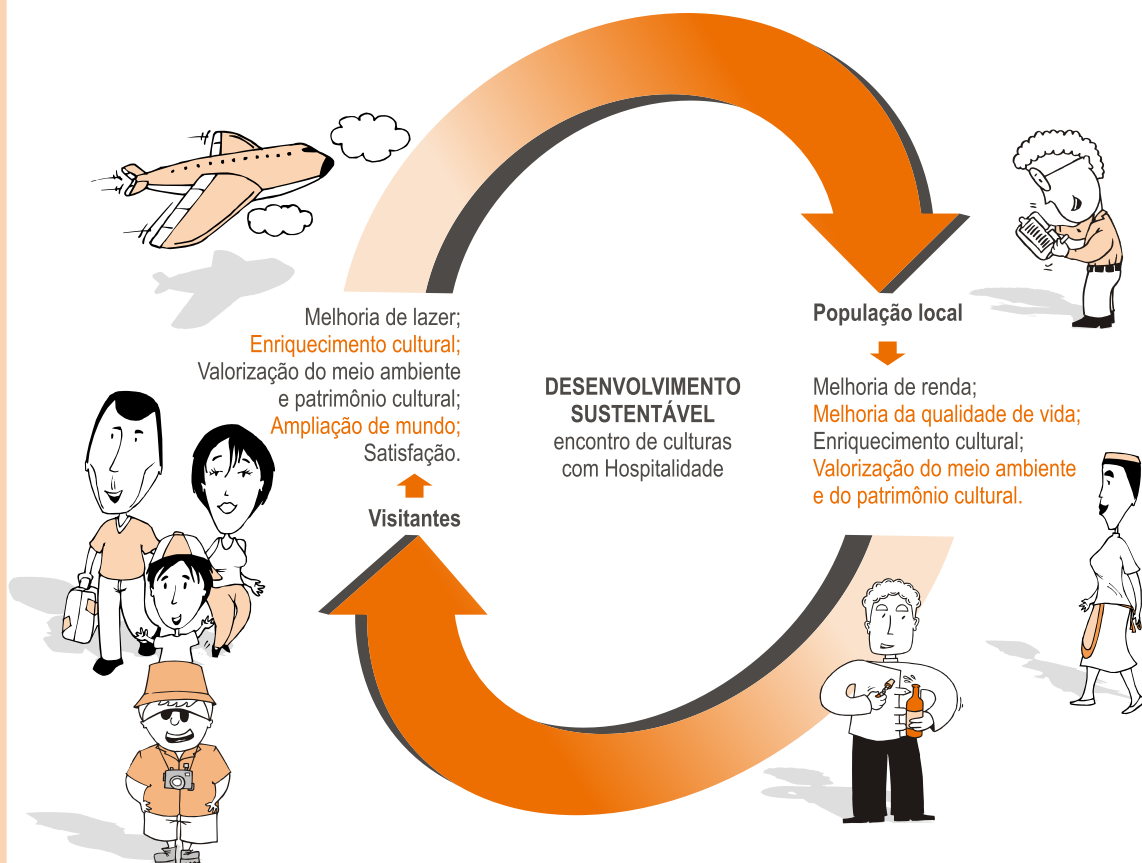


Hospitalidade entendida como uma forte característica cultural brasileira agregada às competências definidas pelo setor turístico como essenciais para atuar nas mais variadas ocupações. Essa hospitalidade é que vai provocar o intercâmbio de culturas, o aprendizado mútuo e também as possibilidades de manter o desenvolvimento do turismo de maneira sustentável. Porque a hospitalidade deve criar entre os envolvidos a vontade de receber e de conhecer. Assim valorizados, melhoram de um lado a renda e a qualidade de vida das comunidades receptoras, e do outro, melhoram o atendimento e a qualidade da recepção aos visitantes.

Certificação da Qualidade Profissional

Certificação profissional, de maneira geral, pode ser entendida como “o reconhecimento formal dos conhecimentos, habilidades, atitudes e competências do trabalhador, requeridos pelo sistema produtivo e definidos em termos de padrões ou normas acordadas previamente, independentemente da forma como foram adquiridos”

(GLOSSÁRIO de Termos Técnicos. Brasília: OIT/MTE/FAT, 2002)



Normas Brasileiras de Ocupações e Competências do Setor de Turismo

As normas técnicas brasileiras (NBR) são documentos publicados pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ABNT que através do consenso entre diversos integrantes do setor de turismo (organizações governamentais, representações profissionais, ONGs, profissionais, empresas privadas e instituições de treinamento e formação), descrevem os conhecimentos, as habilidades e as atitudes necessárias para o desempenho eficaz e de qualidade em uma determinada ocupação ou competência específica.

Atualmente, são 45 normas brasileiras publicadas nos segmentos de meios de hospedagem, agência de viagens, hospitalidade, alimentos e bebidas, segurança de alimentos, meios de transporte e turismo de aventura. No segmento de turismo de aventura ainda serão publicadas mais 11 normas brasileiras.

O desenvolvimento das normas brasileiras foi apoiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento BID, o SEBRAE e o Mtur, com a participação de cerca de 500 organizações e mais de 4.000 profissionais do setor de turismo.

Certificação da Qualidade Profissional no Setor de Turismo

A certificação da qualidade profissional é um processo desenvolvido para avaliar se o profissional possui os conhecimentos, habilidades e atitudes para a sua respectiva ocupação ou competência no setor de turismo.

O conjunto destes conhecimentos, habilidades e atitudes geram os resultados esperados essenciais à ocupação ou competência e que os profissionais necessitam para o desempenho das suas funções.

Os resultados esperados são definidos nas normas brasileiras de ocupações e competências do setor de turismo.

“2 Definições

(...)

2.1 competência: capacidade de mobilizar, desenvolver e aplicar conhecimentos, habilidades e atitudes no desempenho do trabalho e na solução de problemas, para gerar os resultados esperados.

2.2 certificação da qualidade profissional: processo que atesta publicamente a competência para o trabalho, tendo como referência uma norma.

2.3 resultados esperados: conjunto mínimo de serviços que compõem uma ocupação.”

ABNT. Norma Brasileira 15045 Turismo Chefe de governança Competência de pessoal. ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas. Rio de Janeiro, 2004.

A certificação da qualidade profissional é executada por um organismo de certificação da qualidade profissional reconhecido pelo Inmetro Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial.

Além da elaboração das Normas e Processos de Avaliação, estão disponíveis hoje importantes ferramentas para melhorar a capacitação dos profissionais e, conseqüentemente, elevar a qualidade dos serviços prestados. Destinam-se a profissionais que trabalham em hotéis, pousadas, restaurantes, bares, lanchonetes, agências de viagens, empresas de eventos, serviços de lazer e recreação, motoristas de veículos de turismo, guias de turismo e diversas outras atividades relacionadas ao turismo, hospitalidade e entretenimento.

Traçando objetivos:

Encare sua vida profissional com seriedade e trace objetivos, como metas a alcançar. Estimule-se, valorize-se, e esteja feliz onde estiver:

- 1) Seus objetivos devem ser grandes. Um sábio certa vez disse: “Não faça planos pequenos, porque eles não têm a capacidade de mexer com a alma dos homens.”
- 2) Seus objetivos devem ser de longo alcance. Ninguém está tão interessado no seu sucesso quanto você. De vez em quando talvez sinta que algumas pessoas estão no seu caminho, atrasando deliberadamente o seu progresso, mas, na realidade, só você pode atrasá-lo. Os outros podem interrompê-lo temporariamente, você é a única pessoa que pode fazê-lo permanentemente.
- 3) Seus objetivos devem ser diários. Objetivos diários são os melhores indicadores e os melhores construtores do caráter. É aí que entram a dedicação, a disciplina e a determinação. Só assim pegamos o glamour do objetivo, ou sonho de longo alcance, construindo alicerces e garantindo a realização do mesmo.
- 4) Seus objetivos devem ser específicos. Não importa quanto calor, poder, brilho ou energia você tenha; se não utilizá-los e focalizá-los sobre um alvo específico, nunca realizará tanto quanto sua capacidade autoriza.

Olha a Dica!

Para saber mais sobre Educação e Certificação Profissional acesse:
BIBLIOTECA VIRTUAL DE EDUCAÇÃO - EDUCAÇÃO PROFISSIONAL
<http://bve.cibec.inep.gov.br/default.asp>



Curiosidade

Saiba mais sobre o processo de construção das normas do turismo de aventura:

- 11 já foram publicadas.
- 3 estão em processo de publicação.
- 8 estão em desenvolvimento.

No total serão 21 normas. Já foram realizadas 122 reuniões das Comissões de Estudo desde 2004, com 1123 participantes e 385 organizações envolvidas.

As normas de turismo de aventura para pessoas (condutores) são sete:

NBR 15285 - Turismo de aventura - Condutores - Competências de pessoal

NBR 15370 - Turismo de aventura - Condutores de rafting - Competências de pessoal

NBR 15383 - Turismo de aventura - Condutores de turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugues - Competências de pessoal

NBR 15397 - Turismo de aventura - Condutores de montanhismo e de escalada - Competências de pessoal

NBR 15398 - Turismo de aventura - Condutores de caminhada de longo curso - Competências de pessoal

NBR 15399 - Turismo de aventura - Condutores de espeleoturismo de aventura - Competências de pessoal

NBR 15400 - Turismo de aventura - Condutores de canionismo e cachoeirismo - Competências de pessoal



SÍNTESE



Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **certificação profissional**.

↑ DESEMPENHO

Construa seu Plano de Ação Pessoal, listando seus objetivos de curto prazo (1 ano) sem esquecer de seu plano de evolução profissional. Estabeleça prioridades e trabalhe em cima do mais importante, listando ações e prazos para alcançá-los. Depois, alinhe sua missão pessoal à missão de seu estabelecimento, trabalhando da melhor maneira possível, buscando seu desenvolvimento profissional e assumindo o papel de verdadeiro protagonista da sua história de vida.

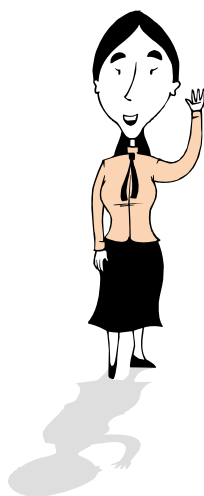
PLANO DE AÇÃO PESSOAL			
Campo	Objetivos	Estratégias	Prazo
Familiar			
Afetivo			
Financeiro			
Profissional			
Saúde			

Assinatura/Data:

🔍 AVALIAÇÃO

1- A certificação profissional para o turismo é importante, atualmente, porque:

- A) Eleva a oferta de serviços e profissionais competentes.
- B) É mais um critério para estimular a competição interna no sistema.
- C) Mantém os profissionais esperando promoções.
- D) É o único critério para a seleção de profissionais.



Sessão 5

Recepcionar o cliente, atendendo suas necessidades e expectativas.



AQUECIMENTO

Baseado no texto “Um Fósforo, Uma Bala de Menta, Uma Xícara de Café e um Jornal”

(Fonte primária: GERBER, 1990, pp. 96-698. Adaptado in Cliente, eu não vivo sem você. Salvador: Casa da Qualidade, 1995)

Olá! Meu nome é Alberto e essa história aconteceu comigo há pouco tempo...

Já estou dirigindo há 6 horas.
Preciso descansar.



Um hotel!
Que bom!



Quando parei o
carro na porta do
hotel fui recebido
com alegria pelo
mensageiro e pelo
manobrista.

O hall de entrada possuía uma luz
suave, criando um clima extremamente
agradável!

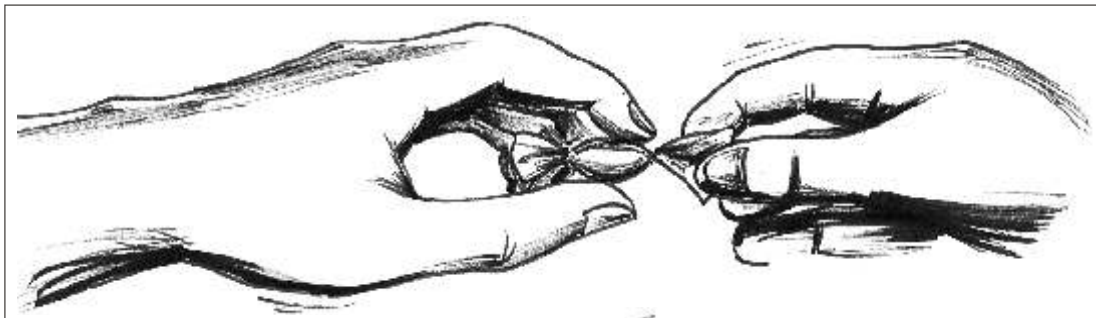
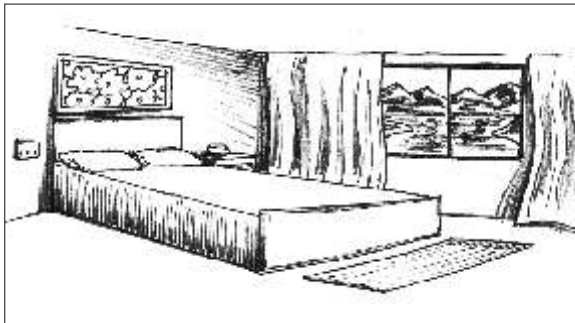
A simpática recepcionista rapidamente
me atendeu e num piscar de olhos eu já
estava sendo encaminhado ao quarto
pelo mensageiro.



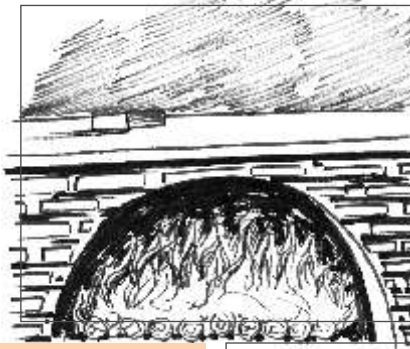
Seja bem vindo ao
Venetia senhor!



Quando entrei,
Uau! Tudo de muito
bom gosto, limpo
e arrumado.
Travesseiros, cama
e que vista!

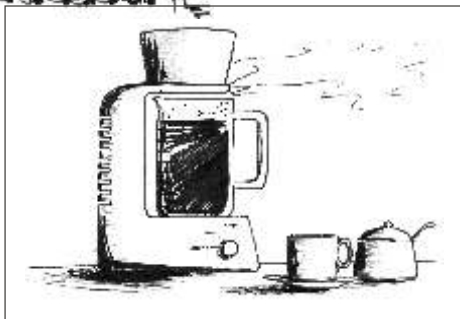


Peguei uma das balas de
menta que se encontravam
sobre os travesseiros e me
dirigi à lareira, sobre a qual se
encontravam fósforos
perfeitamente alinhados e
prontos para serem utilizados!



Depois desci para
um delicioso
jantar no
restaurante e, ao
regressar, a
lareira já estava
acesa!

Como se não bastasse, no dia seguinte acordei
ao som da cafeteira automática e, chegando
perto, vi que era a marca que eu
costumava tomar. Na mesma hora lembrei-me
do maitre do restaurante na noite anterior
perguntando-me qual o café de minha
preferência.



Ouvi uma batida leve na porta e, ao
abrir, vi no chão o jornal que eu
gosto de ler. Lembrei-me então da
recepcionista perguntando-me
sobre isso quando me registrava.

A necessidade de descansar no meio de uma viagem, fez o personagem-cliente parar num hotel desconhecido que superou suas expectativas, conseguindo sua simpatia e fidelização.

● VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Que expressões de hospitalidade você consegue identificar na situação do quadrinho anterior?

e EXERCÍCIO



1 - A partir das situações acima, aponte as atitudes corretas para recepcionar os clientes representados, atendendo suas necessidades.

2 - Observe a situação a seguir:



Em sua opinião esta pousada deve estar preparada para receber um hóspede com necessidades especiais? Como recepcionar esses clientes, atendendo suas necessidades?

● ■ COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

As necessidades e expectativas dos hóspedes são variadas levando em consideração a multiplicidade de culturas e a individualidade humana. Para se afirmar no mercado turístico é um dos mandamentos, definir o público que se quer atingir. Quando um empreendimento faz isso, ele também está definindo, de alguma maneira, as necessidades e expectativas de seus prováveis clientes.

Provavelmente, seu empreendimento está inserido em um destino turístico com características peculiares, e aspectos marcantes. A natureza, a cultura, a infra-estrutura, os sotaques e jeitos de ser formam elementos específicos, propícios a atrair possíveis clientes. Essa relação entre oferta e demanda, seus elementos e características estabelecem os segmentos turísticos, que organizam o planejamento, a gestão e o mercado do setor.

A **oferta** define tipos de turismo, pois, é colocada a partir dos elementos de um território. São tipos de turismo: Ecoturismo, Turismo rural, Turismo de aventura, Turismo cultural, entre outros. A **demand**a define a segmentação pelas características de seus consumidores: idade, sexo, crenças religiosas, profissão, estado civil, formação educacional, entre tantos outros.



Refleta sobre os elementos que definem a oferta de seu destino turístico e os possíveis consumidores que formam sua respectiva demanda. Tente imaginar quantas possibilidades e desafios existem para encantar os clientes e conseguir sua fidelização, através de bons serviços e de hospitalidade.

Clientes com necessidades especiais

No caso de clientes portadores de deficiências, esteja atento e ofereça, com naturalidade, opções também especiais de atendimento (cadeiras especiais ou de rodas, pratos e copos inquebráveis etc). Saiba atuar de modo preventivo, com informações e providências adequadas.

Confira a legislação apresentada a seguir, e saiba como seu destino está preparado para atender pessoas portadoras de deficiências.

DECRETO No 3.298, DE 20 DE DEZEMBRO DE 1999.

Regulamenta a Lei no 7.853, de 24 de outubro de 1989, dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso das atribuições que lhe confere o art. 84, incisos IV e VI, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei no 7.853, de 24 de outubro de 1989,

D E C R E T A :

(...)

Seção V

Da Cultura, do Desporto, do Turismo e do Lazer

Art. 46. Os órgãos e as entidades da Administração Pública Federal direta e indireta responsáveis pela cultura, pelo desporto, pelo turismo e pelo lazer dispensarão tratamento prioritário e adequado aos assuntos objeto deste Decreto, com vista a viabilizar, sem prejuízo de outras, as seguintes medidas:

VII - apoiar e promover a publicação e o uso de guias de turismo com informação adequada à pessoa portadora de deficiência; e

VIII - estimular a ampliação do turismo à pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida, mediante a oferta de instalações hoteleiras acessíveis e de serviços adaptados de transporte.

(INFOSERVE-DEF. Produtos e Serviços para Pessoas Portadoras de Deficiência. Disponível em: <http://www.aibr.com.br/infoserve/dec3298.htm>. Acesso em 18/12/2006).



Para tornar um cliente fiel, superando suas expectativas, reflita sobre as dicas apresentadas a seguir:



▮ **Dê retorno** ao cliente quanto às providências em andamento para atendê-lo. Às vezes, alguns transtornos incontornáveis (um atraso no transporte, por exemplo), são melhores absorvidos pelo cliente quando lhe é fornecida a explicação antecipadamente.



Ser **criativo** é fazer as mesmas coisas de forma diferente da rotina. É ser fora do comum. É acrescentar um charme especial ao seu serviço que o cliente não encontrará em outro lugar. Essa criatividade pode estar na forma de atendimento, na embalagem do produto, num brinde adicional, em tudo e em qualquer coisa. Inove com inteligência.



A **empatia**, é a capacidade de se colocar no lugar do outro para entender como ele pensa e conhecer suas razões. Com esse espírito empático, acompanhe o grau de satisfação do cliente durante todo o serviço de atendimento, estimulando-o a expressar opiniões, comentários e críticas.



Simpatia é uma atitude óbvia quando se deseja agradar. Mas é necessário colocar sinceridade nessa simpatia. Ela precisa vir de dentro, refletindo a satisfação verdadeira que temos em servir. Ao receber um cliente, demonstre claramente seu interesse em servi-lo. Seja espontâneo, receptivo e flexível.



Procure **personalizar** o atendimento chamando o cliente pelo nome e até utilizando informações que você já possui sobre ele. Isso o fará sentir-se especial.



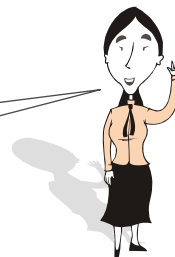
Nos casos de **clientes habituais**, por exemplo, procure registrar suas características e preferências, se antecipando aos seus pedidos cada vez que eles aparecerem. Isso é aprimorar o atendimento, tornando-o personalizado. Desse modo, o cliente se sentirá realmente especial.





SÍNTESE

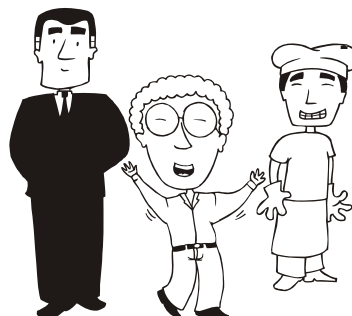
Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **receptionar clientes atendendo suas necessidades e expectativas**.



DESEMPENHO

1- Identifique os clientes já fidelizados e pesquise suas preferências. Pense em iniciativas para surpreendê-los e encantá-los nas próximas visitas.

2- Elabore algumas perguntas básicas para descobrir as preferências dos novos clientes. Veja a pertinência de incorporá-las no procedimento de entrada do hotel (check in).



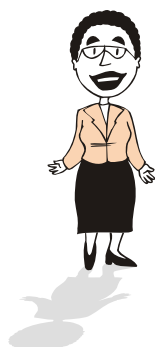
AVALIAÇÃO

1 - É importante anotar as preferências de um cliente fiel porque:

- A) podem servir de base ao atendimento de todos os clientes.
- B) é uma ótima estratégia para melhorar cada vez mais o atendimento.
- C) com isso, você pode impressionar seus superiores.
- D) você fica sabendo mais sobre o cliente.

2 - Um atendimento especializado é aquele que trata o cliente:

- A) bem, com altos preços mostrando que os serviços e produtos oferecidos são de boa qualidade.
- B) bem, atendido sempre pelo mesmo funcionário para transmitir segurança.
- C) bem, dando um jeito de atender suas necessidades mais difíceis.
- D) pelo nome, conhecendo suas preferências e atendendo-o com rapidez.



Sessão 6

Cuidar da apresentação pessoal e do ambiente.



AQUECIMENTO



É como diz o ditado popular: a primeira impressão é a que fica. E a apresentação pessoal do funcionário faz parte das primeiras impressões dos clientes.



VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Analisando a situação anterior, que aspectos você valoriza num bom atendimento?



EXERCÍCIO

1 - Analisando a situação apresentada no Aquecimento, como você cuidaria da apresentação pessoal do garçom?

2 - Crie uma fala para o garçom, para que a situação apresentada comece a se reverter.

● ■ COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

Turismo é bem estar; deve fazer com que nos sintamos em casa. O estabelecimento, num certo sentido, também é nossa casa. A higiene diz muito sobre as pessoas que trabalham com ela. É uma ótima maneira de dar boas vindas aos clientes. Higiene é simples. É básica. É uma questão de hospitalidade. Para os funcionários, limpeza significa saúde, bem estar. Para os clientes, é ainda mais do que isso: é tranquilidade, é certeza de poder usufruir da infra-estrutura do estabelecimento (restaurantes, áreas de lazer e demais dependências), sem sustos.

Higiene do ambiente

Limpeza, para o cliente, é uma questão de bem estar, saúde e segurança. Um estabelecimento limpo dá ao cliente a tranquilidade necessária para aproveitar a estada. Ele vai ter a certeza de que a água que vai beber é bem tratada, sua comida foi feita com higiene e as toalhas e lençóis que usará, estão limpas, por exemplo.

Limpeza conquista a confiança do cliente, e o cliente confiante gosta muito mais da viagem e até aproveita melhor os atrativos que o fizeram vir de longe.



E ainda tem mais. O turismo é seletivo: uma cidade limpa e consciente das condições básicas de higiene atrai turistas educados que valorizam o bem estar da comunidade local e, ao mesmo tempo, a recomendam aos amigos. Veja alguns tópicos a serem considerados com seus colegas para que possam cuidar do ambiente do estabelecimento:

- **Higiene** é sinal de segurança em todo lugar, especialmente na hospedagem e na alimentação. Na hora de preparar a comida, o cuidado com a limpeza e higiene das mãos, dos recipientes e utensílios onde está sendo preparada, com a limpeza do ambiente e com o armazenamento dos alimentos é fundamental. Na hora de servir, a apresentação pessoal e do ambiente também são muito importantes. Estes são cuidados que contam muito para a saúde de todos.

- **Lixo** é uma responsabilidade de todos. O estabelecimento é como a casa de todos, ninguém sai jogando lixo pelo chão da casa. Não sujar o local de trabalho é um bom começo. O ambiente fica mais agradável e mais saudável para todos.
- **Consciência ecológica** também é uma forma de higiene. Significa preservar os recursos naturais de toda a comunidade e mostrar ao turista que as pessoas têm consciência da importância da conservação do meio ambiente.

Fatores Críticos de Sucesso

Saiba que “não existe uma segunda oportunidade para causar uma primeira boa impressão”. A aparência de todos, se bem cuidada, tem um impacto positivo na imagem do seu estabelecimento. Você pode mostrar aos clientes uma boa aparência, mantendo uma atitude profissional e asseada. Veja alguns lembretes que devem ser recordados sempre:



O asseio é atingido se:

- > Escovarem os dentes todos os dias antes do trabalho e após cada refeição.
- > Banharem-se, no caso dos homens, todos os dias antes do trabalho.
- > Usarem desodorante antiperspirante todos os dias antes do trabalho.
- > Lavarem a cabeça frequentemente.



O asseio também é atingido se lavarem as mãos cuidadosamente:

- > Antes de assumir o posto de trabalho.
- > Depois de espirrar ou tossir, de tocar algo sujo, de descansar, de fumar e, principalmente, após utilizar o banheiro.



A aparência profissional é atingida se:

- > Barbearem-se diariamente, no caso dos homens, e seguirem as diretrizes do estabelecimento em relação à aparência.
- > Mantiverem as unhas limpas e curtas, sem esmalte, passando creme nas mãos mantendo-as macias e apresentáveis.
- > Usarem uniforme limpo e passado, crachá e sapatos limpos e engraxados.
- > Aplicarem maquiagem de forma natural e moderada, no caso das mulheres.
- > Usarem pouco ou nenhum perfume.
- > Usarem seu cabelo curto, ou para trás, para que saia dos seus ombros.
- > Usarem bijuteria ou jóia com discrição.

Você é responsável por manter os padrões adotados em relação ao vestuário e à apresentação pessoal específica do estabelecimento.

Lembre-se de que é necessário também ter cuidado com a saúde, evitando doenças e a possível transmissão delas. Se estiver gripado, deve usar lenços descartáveis ao tossir ou espirrar. Persistindo os sintomas, vá ao médico. Cuidados especiais devem ser tomados com o uso de equipamentos sanitários e a qualidade de vida não deve ser esquecida.

Você deve ser orientado a não fumar no ambiente de trabalho e, principalmente, nas áreas sociais.

Discrição também é sempre bem vinda, seja no vestir, seja no comportar-se.

E não esqueça: o ambiente deve ser mantido limpo e arrumado, pois disso depende a harmonia de todos, levando-os a receber bem, acolher com satisfação e servir com excelência, ética e postura profissional.



CURIOSIDADE



A coleta seletiva de lixo, ou melhor, de resíduos produzidos nos empreendimentos é um dos grandes desafios ao turismo sustentável. E quando colocado em prática, impacta positivamente o meio ambiente e os clientes que visitam o destino turístico.



O Manual de boas práticas Aspectos ambientais relacionados ao turismo sustentável do PCTS (Programa de Certificação em Turismo Sustentável), traz uma interessante “relação dos resíduos que podem ser reciclados e os que não podem, em suas respectivas cores, de acordo com a Resolução CONAMA N 275 de 25 de abril de 2001, (...)”

Plástico - Cor Padrão - Vermelho

Exemplos de recicláveis: copos, garrafas, sacos, frascos, tampas, potes, canos e tubos de PVC, embalagens PET (refrigerantes, sucos, óleos, vinagres, entre outros).

Exemplos de não recicláveis: tomadas, cabos de painéis, adesivos, espumas, acrílicos, embalagens metalizadas (biscoitos e salgadinhos).

Metal - Cor Padrão - Amarelo

Exemplos de recicláveis: tampas de garrafas, latas, enlatados, painéis sem cabos, arames, chapas, canos, pregos, cobre, entre outros.

Exemplos de não recicláveis: cliques, grampos, esponjas de aço, latas de tinta, latas de verniz, de solventes químicos, de inseticidas, entre outros.

Papel - Cor Padrão - Azul

Exemplos de recicláveis: jornais e revistas, listas telefônicas, papel sulfite, papel de fax, folhas de cadernos, formulários de computador, aparas de papel, envelopes, entre outros.

Exemplos de não recicláveis: etiquetas adesivas, papel carbono, papel celofane, fita crepe, papéis sanitários, papéis metalizados, papéis parafinados, entre outros.

Vidro - Cor Padrão - Verde

Exemplos de recicláveis: copos, garrafas, frascos, potes de conservas, cacos dos produtos citados, pára-brisas, entre outros.

Exemplos de não recicláveis: portas, espelhos, boxes temperados, louças, cerâmicas, óculos, pirex, vidros especiais (tampa de forno e microondas), tubo de TV, entre outros.”

**SÍNTESE**

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes **sobre apresentação pessoal e do ambiente**.



**DESEMPENHO**

Pensando no seu estabelecimento, liste o que pode ser melhorado no ambiente e causar uma primeira boa impressão no cliente. Coloque suas idéias em prática.



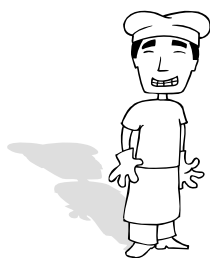
AVALIAÇÃO

1 - Você compreende que um empreendimento turístico não pode poluir o ambiente. Apesar disso, você percebeu que o empreendimento onde trabalha não implantou uma coleta seletiva de lixo. Na sua visão:

- A)** No fim tudo acaba indo para o mesmo lugar.
- B)** Isso é coisa de hotéis e pousadas de alto padrão.
- C)** Você até gostaria de fazer tudo certo, mas as pessoas não ajudam.
- D)** É preciso persistir na implantação de um programa de coleta seletiva envolvendo toda a comunidade.

2- Você percebe que a Recepção e a entrada do hotel estão constantemente desarrumadas. Mesmo não trabalhando no setor responsável, o que você faz?

- A)** apenas comenta com seus colegas.
- B)** tenta organizar o que pode rapidamente, sem chamar muita atenção.
- C)** chama o pessoal do setor e informa sua impressão, se dispondo a qualquer ajuda.
- D)** desculpa-se com os clientes e fala com seu superior.



Sessão 7

Comunicar-se para servir com excelência.



AQUECIMENTO



A comunicação entre as pessoas é muito importante para garantir um serviço com excelência. Quando a comunicação é clara e objetiva entre todos os envolvidos, o ambiente torna-se mais agradável e propício à hospitalidade.

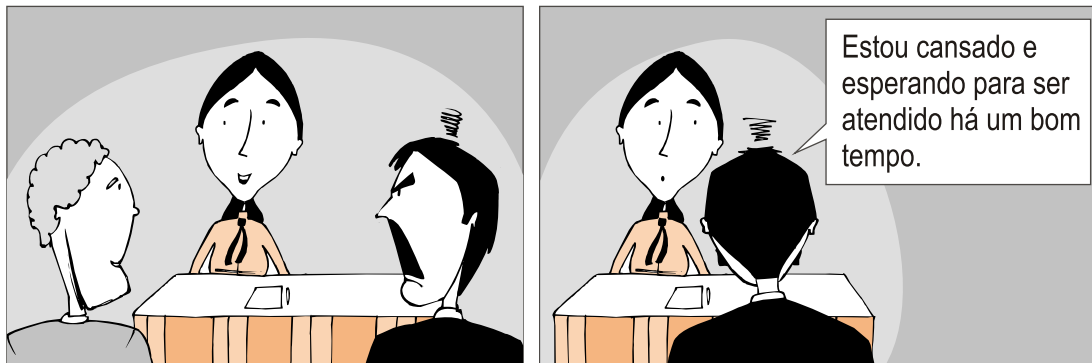


VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Em sua opinião, o que pode atrapalhar a comunicação entre as pessoas?

e EXERCÍCIO

1- Observe a situação a seguir:



Em sua opinião, qual a melhor atitude a ser tomada pela funcionária nesta situação, mantendo um clima amistoso e agradável durante o atendimento?

2 - Você tem facilidade em se comunicar com pessoas que não falam o português? Você responde o básico, entende a maioria das perguntas, mas não sabe responder. Ou dá um jeito de atender o cliente, mesmo precisando de ajuda?

Aponte sua atitude frente às situações abaixo, imaginando que você entendeu o que os clientes querem, mas eles não entendem o português.





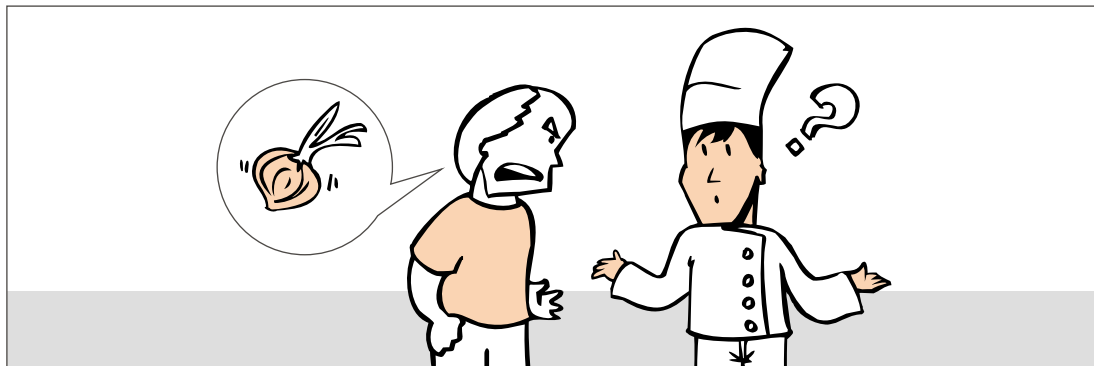


● → ■ COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

Comunicar-se envolve um processo sensório-motor dentro de nosso sistema nervoso central envolvendo o ouvir (sensorial) e o falar (motor).

Neste caso, falar é se fazer compreender, explicar, demonstrar, dizer palavras para que a comunicação se estabeleça entre dois ou mais seres humanos. O falar recebe influências internas e externas quando estabelece comunicação. Carrega características pessoais no tom e na altura da voz, nas dificuldades e habilidades de dicção, assim como carrega sentimentos como a raiva, prazer, alegria e angústia, provocados pelas situações vivenciadas. Para estabelecer uma comunicação efetiva no ambiente de trabalho é preciso profissionalismo e harmonia ao enfrentar os desafios cotidianos.

Ouvir é perceber, entender os sons pelo sentido da audição. Escutam-se sons, ruídos, barulhos. Entretanto, para ouvir bem é preciso algo mais: é preciso atenção. O profissional da hospitalidade deve saber ouvir com atenção, isto passa a ser condição essencial para bem atender. Quando não ouvimos com atenção, de forma inconsciente tentamos deduzir, supor ou imaginar o que o cliente deseja, e essas suposições podem gerar pequenos ou grandes problemas.



Aprender a comunicar-se

“Você conversa sempre com seus familiares, pais e irmãos? Tem amigos com os quais pode dividir suas inquietações e seus projetos?”

A conversação em família é o primeiro para aprender a comunicar. A partir daí, a comunicação (verbal, por gestos, escrita) torna-se fundamental para a construção de uma convivência ampla, diversificada, sadia.

(...)

Quem aprende a conversar e conversa de forma clara e objetiva com as demais pessoas, aprende a resolver conflitos pacificamente, descobre mais caminhos e alternativas para viver melhor.”

(COSTA, Antonio Carlos Gomes da; PIMENTEL, Antônio de Pádua Gomes. Educação e Vida: um guia para o adolescente. Belo Horizonte. Modus Faciendi, 2001. 51p.).

Comunicação entre diferentes culturas base para o Turismo

O espanhol é a língua falada pela maioria dos turistas que visitam o Brasil. A criação do Mercosul tem trazido muitos sul-americanos ao país, mas a língua espanhola, mesmo semelhante ao português, tem muitas diferenças e sotaques, dificultando uma comunicação rápida e não duradoura, como a que se estabelece, geralmente, entre turistas e profissionais da atividade turística.

O inglês ainda é considerado a língua universal e deve ser encarado como uma meta profissional para todos que abraçarem a área do turismo. O inglês é compreendido em muitas regiões do planeta, aproximando culturas muito diferentes. Procure incluir o aprendizado de idiomas ao seu plano profissional.

Por outro lado, se você fala outro idioma, é igualmente importante melhorar suas habilidades. O profissional da hospitalidade precisa estabelecer comunicação eficaz e poder alcançar os objetivos e metas da empresa.

E lembre-se, para expressar-se oralmente de forma objetiva e empática, não basta ser empático, ou saber se comunicar em outros idiomas. É necessário também saber ouvir com atenção.

Aqui você encontrará perguntas em inglês, normalmente ouvidas nos meios de hospedagem e frases em espanhol, para acolher o cliente com satisfação!



Perguntas em inglês:

1. What is the rate for a double room?
(Qual é a tarifa para um apartamento duplo?)

2. Do the rooms have a safe?
(Os apartamentos têm cofre?)

3. How far from the hotel is the airport?
(Qual é a distância para o aeroporto?)

4. I would like a table for two in a non-smoking area.
(Eu gostaria de uma mesa para dois, em área não fumante.)

5. Do you have a children's menu?
(Vocês tem cardápio infantil?)

Perguntas em espanhol:

1. Bienvenidos al hotel, esperamos que disfruten de su estancia con nosotros.
(Sejam bemvidos ao hotel, desejamos que passem uma estada agradável conosco).

3. El desayuno/almuerzo/cena es servido/a de lashoras hasta lashoras.
(O café da manhã/almoço/jantar está aberto das as)

4. ¿Cuál será la forma de pagamento: em efectivo o tarjeta?
(Qual será a forma de pagamento: dinheiro ou cartão?)

5. La habitación está disponible hasta las 12.
(O quarto está disponível até meio dia)

DICAS!

No ambiente de trabalho, sua comunicação se pautará por relações profissionais, demandando certas posturas durante a comunicação estabelecida com clientes e colegas de trabalho. A seguir, dicas interessantes para aprimorar sua comunicação enquanto profissional da atividade turística.

- **Fale com naturalidade e tranquilidade.** Use um vocabulário adequado com seus colegas e clientes, em linguagem correta, sem erros gramaticais, de modo simples, direto e com entonação de voz adequada. Evite “falar difícil” ou demonstrar erudição. Tudo o que é falso faz perder a credibilidade. Seja autêntico.

- **Fale com precisão** tendo a certeza de que será entendido e certifique-se de que está sendo compreendido. Fale sempre do que você sabe para ter segurança ao falar. Não tenha medo de dizer que não sabe alguma coisa. Saiba, entretanto, onde buscar a informação pedida pelo cliente e faça-a chegar até ele a tempo.

- **Utilize um tom de voz adequado.** Não fale alto nem agressivamente, mesmo quando seu cliente estiver sendo grosseiro. Abaixar o tom de voz nesses momentos e seja polido. Afinal, você é um profissional de qualidade e deve dar o exemplo.

- **Em qualquer circunstância, evite falar gíria.** Do mesmo modo, não use palavras de baixo calão ou de duplo sentido.

- **Evite também envolver-se em assuntos polêmicos**, como política, religião e futebol. Quando esses assuntos forem abordados, procure falar sempre em nível informativo. Nunca dê opiniões pessoais.

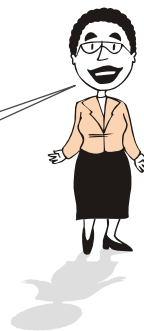
- **O feedback também é essencial** para estimular a troca de informações. Ou seja, “dar um retorno” daquilo que você ouviu.

- **Ao redigir, procure expressar-se sempre com clareza** para que sua mensagem seja entendida.



SÍNTESE

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre comunicação **clara e objetiva**.



DESEMPENHO

1- Durante a semana, anote situações que representem uma ameaça à boa comunicação entre a equipe e os clientes. Depois compartilhe com seus colegas de trabalho discutindo sobre as atitudes tomadas.

2- Faça uma pesquisa no Setor de Recepção e descubra o número aproximado de estrangeiros que se hospedam no empreendimento por mês. Depois, descubra a nacionalidade e a língua materna deles.

3- Agora, faça uma pesquisa em livros e Internet, e descubra o vocabulário básico para atender as principais necessidades dos clientes estrangeiros. Pesquise também os costumes das nacionalidades que mais freqüentam o empreendimento.

AVALIAÇÃO

1 - Seu estabelecimento recebe muitos clientes de língua estrangeira. Com base no aprendizado adquirido nesta sessão, você deve:

- A) Se comunicar de qualquer maneira, mesmo através de mímica.
- B) Investir em seus estudos para aprender uma língua estrangeira.
- C) Desistir de atender clientes de língua estrangeira.
- D) Procurar um emprego onde não tenha contato com essas pessoas.

2 - Para atender os mais variados clientes e estados de humor, é preciso:

- A) Manter a calma, se colocar no lugar do cliente e procurar atender suas necessidades.
- B) Tentar fugir de clientes nervosos, quando seu humor também não estiver bom.
- C) Encaminhar os problemas com clientes ao seu superior, sempre que puder.
- D) Passar o cliente com problemas ao colega mais calmo da equipe.

3 - Quando um cliente está nervoso e reclamando muito do estabelecimento onde você trabalha, qual a atitude a ser tomada:

- A) Encaminhar imediatamente o cliente ao gerente, sem ouvir suas reclamações.
- B) Interromper o cliente para justificar os problemas apontados por ele.
- C) Ouvir suas reclamações em silêncio, prestando atenção e depois encaminhar às devidas providências.
- D) Fingir que prestou atenção só para conter a fúria do cliente e esquecer as reclamações, afinal elas acontecem sempre.

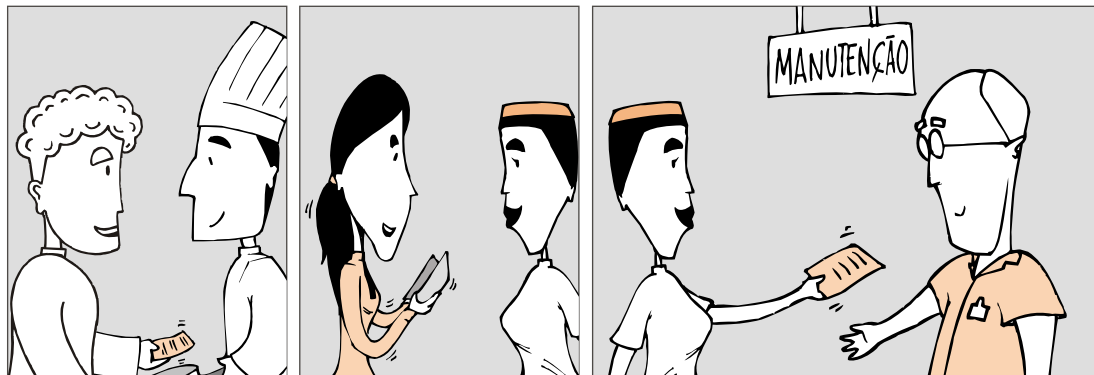


Sessão 8

Atuar como elo de ligação, apoiando a equipe.



AQUECIMENTO



Quando há falha na comunicação, todo o serviço fica comprometido. É preciso comunicar-se com atenção para não precisar passar por situações difíceis no local de trabalho.



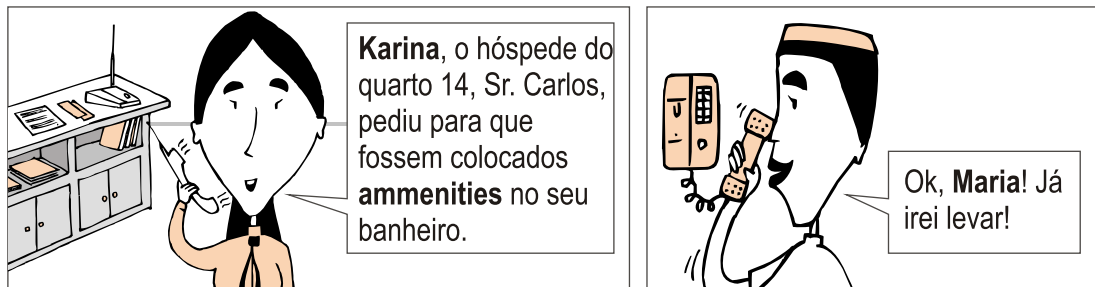
VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Como você se comunica com seus colegas de trabalho para transmitir informações sobre tarefas e serviços?



EXERCÍCIO

Observe a situação a seguir:

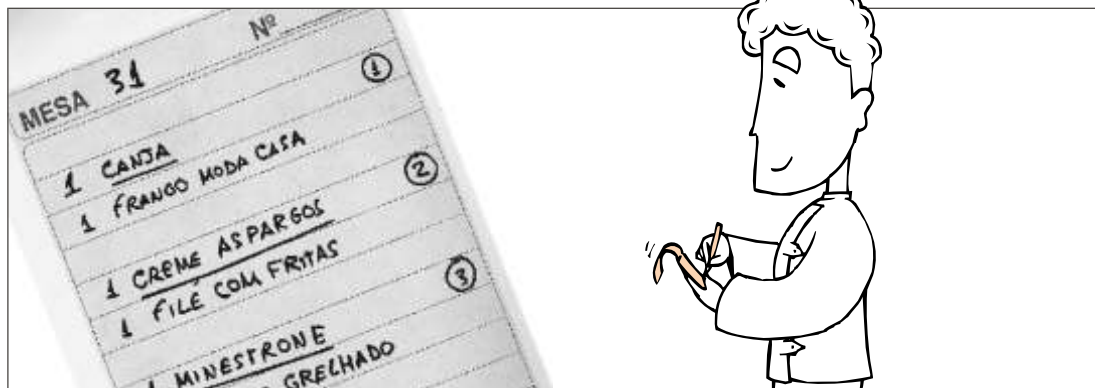


1- O que a recepcionista deve fazer para garantir que o pedido do cliente seja atendido, atuando como elo de ligação entre ele e a camareira?

2- Em seu local de trabalho, como são transmitidas as informações importantes aos hóspedes, como a saída para check-out, serviços disponíveis ou a utilização das dependências do estabelecimento?

● → ■ COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

Para atuar como elo de ligação, apoiando sua equipe de trabalho, é preciso saber utilizar e dominar todos os recursos e símbolos disponíveis. Cada ocupação, em meios de hospedagem, tem uma atuação específica como ponte entre a equipe e as respectivas ferramentas a utilizar.



Fique atento e tenha compromisso com suas tarefas no trabalho. Ouvir com atenção e transmitir informações com segurança são atitudes fundamentais para não quebrar o elo de ligação entre você e sua equipe.



Comunicação efetiva é quando a mensagem transmitida atinge o objetivo, o seu entendimento. Na situação anterior uma mesma mensagem foi dita de duas maneiras totalmente diferentes e compreendidas também diferentemente. Lembre-se que o jeito de se comunicar pode transformar totalmente uma mensagem e você pode até “perder a razão”.

Termos técnicos

Comunicar-se efetivamente, exige também o conhecimento do vocabulário técnico-operacional por parte de todos os colaboradores internos. A seguir, apresentamos um glossário com os termos mais utilizados nos segmentos de turismo e hospitalidade que você poderá usar. Consulte-o!

Alguns Termos Técnicos Usados no Setor de Turismo e Hospitalidade:

ADT - Abreviação normalmente utilizada para denominar pax a partir dos 12 anos.

Ammenities - Itens disponibilizados nos banheiros das uh's que, normalmente, incluem shampoo, condicionador, touca de banho, saís de banho, etc.

Apartamento comunicante - Apartamento ligado a outro através de porta interna.

Apartamento lado a lado - Apartamento sem porta interna que ligue ao outro. Não é comunicante, mas as portas principais estão lado a lado.

Apartamento double - Apartamento com cama de casal.

Apartamento triple - Apartamento com cama de casal e cama extra, normalmente oferecido a casais com filho(s).

Apartamento single - Apartamento com duas camas que pode ser utilizado por um ou dois pax.

ARPT - Sigla usada em aviação e turismo para denominar Aeroporto.

Cardápio - Relação das iguarias e bebidas servidas por um estabelecimento.

Cartão de embarque - Documento emitido pelas empresas de aviação que permite a entrada de um pax numa aeronave.

Check in - Em hotéis, procedimento de entrada de um hóspede.

Check out - Em hotéis, procedimento de saída de um hóspede, envolvendo pagamento de seus gastos, apanha de bagagem e recebimento de ticket de liberação emitido pela Recepção.

CHD - Abreviação normalmente utilizada para denominar crianças entre 3 e 12 anos.

City tour - Passeio previamente organizado para conhecer os atrativos turísticos e culturais de uma localidade.

Coffee break - Intervalo de reuniões e eventos, onde é oferecido, no mínimo, café e água aos participantes.

Complexo turístico - Reunião de vários equipamentos turísticos numa mesma localidade.

Day use - Utilização das dependências do hotel sem hospedagem.

Down grade - Disponibilização de apartamento de categoria inferior à solicitada pelo cliente.

Endosso - Procedimento de validação de uma passagem para outro pax ou para outro horário.

Guest relation - Profissional destinado a cuidar das relações com os hóspedes/clientes, apoiando a Recepção na orientação e resolução de problemas.

Horário comercial - Período compreendido entre as 08:00 e 18:00 h de um dia.

Infant - Denominação normalmente utilizada para designar bebês de 0 a 2 anos.

No show - Não comparecimento de um pax na data e horário previamente acordado para a realização de um serviço.

Operadora - Empresa que trabalha com um conjunto de agências de viagem e turismo.

Over booking - Reserva feita além da capacidade do hotel ou pousada.

Pacote - Serviços criados por agências ou operadoras incluindo, além da diária, outros serviços, normalmente acima de 2 (duas) noites.

Pax - Termo latino que significa passageiro ou passageiros.

Receptivo - Procedimento de recepção de um pax num hotel, pousada ou aeroporto.

Resort - Hotel de lazer. Hotel estruturado para receber pax em férias.

Room night - Pernoite.

Stand by - No aguardo.

Tarifário - Tabela de preços.

Tarifário Net - Tabela de preços não comissionáveis.

Transfer - Também chamado “traslado” ou “transferência”, transfer é a viagem que um pax faz do aeroporto a um hotel ou pousada (e vice-versa), ou de algum outro local por ele indicado a um hotel ou pousada (e vice-versa).

UH - Unidade habitacional, apartamento, quarto.

Up grade - Concessão de status superior ao da reserva previamente efetuada, sem ônus para o cliente.

Vôo charter - Vôo fretado por agência, operadora ou particulares com destino pré-definido.

Voucher - Documento emitido por agências ou operadoras que autoriza o fornecimento ou pagamento de um serviço.

Walk in - Hóspede que chega sem reserva.

Símbolos e o mundo do turismo

Você conhece esses símbolos utilizados no mundo do turismo? O estabelecimento em que você trabalha utiliza algum deles? Você deve conhecer também os símbolos utilizados pela atividade turística para atender clientes de lugares diferentes, e que precisam das mesmas informações. Este conhecimento facilitará sua atuação como profissional no setor.

Comunicação Externa



Montanha



Praia



Patrimônio
Natural



Turismo Rural



Gruta



Cachoeira



Rio, Lago, Lagoa



Estância
Hidromineral



Ilha



Sítio
Arqueológico



Farol



Biblioteca



Arquitetura
Religiosa



Arquitetura
Militar



Arquitetura
Histórica



Museu



Patrimônio
Cultural



Centro de
Cultura



Monumento



Ruína



Convenções



Exposição
Agropecuária



Pavilhão de Feiras
e Exposições



Planetário



Festas Populares



Artesanato



Zoológico



Teatro



Feira Típica



Rodeio



Informações
Turísticas



Câmbio



Camping



Serviço
Telefônico



Restaurante



Hotel



Área de
Estacionamento



Correio



Ruas 24 Horas



Pronto Socorro



Borracharia



Estacionamento
de Trailer



Serviço
Sanitário



Serviço
Mecânico



Abastecimento



Terminal Ferroviário
e Metroviário



Heliporto



Ponto de Parada



Aeroporto



Terminal Rodoviário



Porto



Transporte sobre a água



Terminal Aquaviário



Parque Urbano



Praça



Barco de Passeio



Represa



Teleférico



Mirante



Parque de Diversões



Esportes



Esportes Equestres



Esportes Náuticos



Vôo Livre



Canoagem



Montanhismo



Esportes Automobilísticos



Mergulho



Surfe



Pesca Submarina



Pesca Esportiva



Golfe



Aero clube



Marina



Futebol



Ciclismo

(Fonte: Guia brasileiro de sinalização turística, 2001)

Comunicação Interna

Domine os símbolos que representam importantes informações sobre o meio de hospedagem no qual você trabalha.



Salão de Café



Restaurante



Bar



Boate



Salão de Jogos



Sala de Projeções



Sauna / Ducha



Fisioterapia



Quadra de Tênis



Quadra de Basquete e Vôlei



Áreas de Lazer



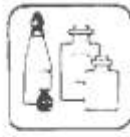
Campo de Golfe



Salão de Beleza



Livros / Revistas e Jornais



Drogaria / Perfumaria



Loja de Souvenir / Artesanato



Joalheria / Cofre



Agência de Turismo



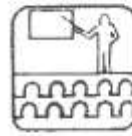
Estacionamento Garagem



Serviços de Secretária



At. Médico de Urgência



Auditório



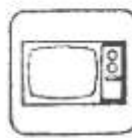
Sala de Reuniões



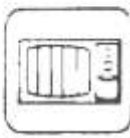
Sala de Exposições



Música Ambiente



TV Preto e Branco



TV Cores



Geladeira



Serviço de Quarto



Telefone com Linha Automática



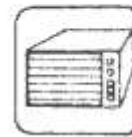
Piscina



Barbearia



Locação de Veículos



Ar Condicionado



Telefone sem Linha Automática

(Fonte: Embratur)

SÍNTESE

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **comunicar-se com atenção**.



↑ DESEMPENHO

1 - Observe se você e seus colegas de trabalho escrevem e pronunciam corretamente os termos técnicos do setor de turismo e hospitalidade. Se perceber dificuldades, trace um plano de ação para ajudá-los.

2 - Pesquise e amplie a lista de termos técnicos apresentada em **Comparação com Outras Referências**



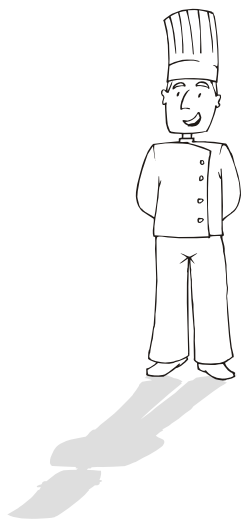
🔍 AVALIAÇÃO

1- Entre os termos técnicos relacionados ao turismo “city tour” quer dizer:

- A) cidade própria para o turismo.
- B) autoridades de uma cidade.
- C) passeio previamente organizado para conhecer os atrativos turísticos e culturais de uma localidade.
- D) nenhuma das alternativas anteriores.

2- Quando um cliente pergunta sobre um apartamento “single”, ele quer dizer:

- A) um apartamento pequeno.
- B) um apartamento grande.
- C) um apartamento luxuoso.
- D) um apartamento com duas camas que pode ser utilizado por um ou dois hóspedes.



Sessão 9

Atender clientes, segundo os padrões de etiqueta social.



AQUECIMENTO



A etiqueta social estabelece padrões de comportamento, como suporte, para as pessoas se relacionarem com respeito, assegurando os direitos individuais de cada um.



VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Na sua opinião, quais atitudes são intoleráveis quando se recebe um cliente?



EXERCÍCIO

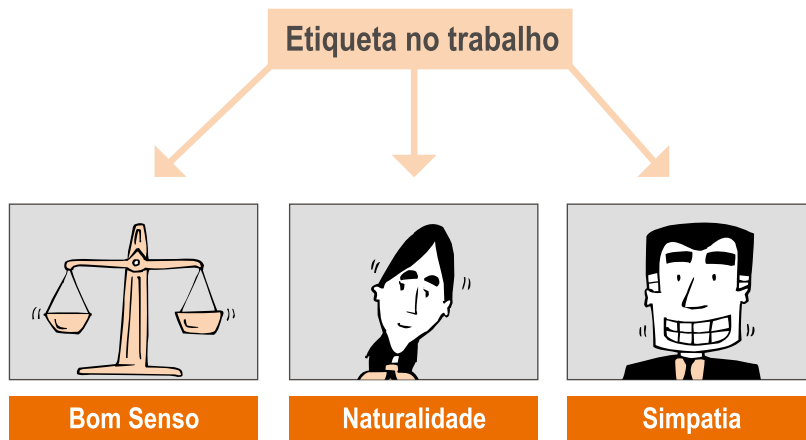
1 - Analise com cuidado as situações apresentadas no **Aquecimento** e descreva as atitudes corretas, seguindo os padrões de etiqueta social:

● → ■ COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

Etiqueta no trabalho

O princípio por trás da etiqueta no trabalho resume-se à consideração ponderada dos interesses e sentimentos dos outros. Em outras palavras, você deve mostrar, na maneira como faz ou diz as coisas, que se preocupa tanto com a pessoa com quem está tratando, o cliente ou seu colega de trabalho, quanto consigo mesmo.

Isto não significa que você não deva ser firme quando for preciso, ou quando a situação fugir do procedimento comercial. É através da forma como se conduz uma situação, que você demonstra princípios bem estabelecidos, baseados no respeito aos outros, permeando tudo o que faz. Assim, se tiver que lidar com situações de pressão, você deve ser não apenas firme e justo, mas também solidário com todos.



Bom senso, naturalidade e simpatia são essenciais na apresentação da etiqueta no trabalho. Seja você mesmo, mantendo o equilíbrio e os ouvidos atentos solucionando tarefas e problemas com cordialidade, pensando no bem-estar dos envolvidos. Um ambiente de trabalho harmonioso favorece a saúde física e mental de todos.

Atualmente, segundo o Great Place to Work Institute, as melhores empresas para trabalhar são aquelas que promovem “culturas de trabalho” próprias e positivas para seus funcionários e clientes, com programas voltados aos seus núcleos vivos: as pessoas. Colocar as pessoas em primeiro lugar na organização de um empreendimento é uma estratégia que supera a “tradição” de considerar os “recursos humanos” como mais um de seus componentes.

CURIOSIDADE

O que é Great Place to Work Institute?

A Great Place to Work Institute é uma consultoria internacional que aponta as 100 melhores empresas para trabalhar no Brasil. Utiliza uma metodologia consagrada em vários países, entrevistando os funcionários. Essa consultoria pesquisa empresas com mais de 100 funcionários, mas não deixa de contribuir, apontando tendências importantes na gestão empresarial e na qualificação de pessoas em todos os tipos de empreendimentos. No ano de 2006 as vencedoras foram:

- 1) Serasa
- 2) Promon
- 3) Chemtech
- 4) FedEx
- 5) Zanzini
- 6) Belgo Mineira
- 7) Magazine Luiza
- 8) Todeschini
- 9) Microsoft
- 10) Boehringer Ingelheim

(Fonte: Revista Época. Editora Globo. No 431. 21 de agosto de 2006. Edição Dupla).

ARTIGO

Comportamento social é importante em todas as profissões

(...)

No mundo competitivo de hoje, a abertura de novos mercados e negócios faz-se também por meio da cultura, do bom comportamento social e da etiqueta. O aprimoramento das boas maneiras, portanto, é parte essencial na prestação de serviços e tem a ver com a cultura de uma organização e com a qualidade de vida no trabalho. Por saberem que sua imagem está diretamente relacionada com a aparência de seus colaboradores, as empresas brasileiras vêm investindo, há um bom tempo, nas normas de etiqueta como estímulo ao convívio harmonioso de seus funcionários, entre si e com o mundo exterior.

Um comportamento saudável em grupo deve obedecer a um conjunto de determinadas éticas, rituais e regras sociais, a chamada etiqueta social, que fortalece a auto-estima e facilita o convívio. A postura centrada nas boas maneiras tem importância extraordinária na vida profissional. Ainda que os usos e costumes sejam mutáveis e que as regras sociais sejam tão diferentes de país para país, a identificação, na verdade, começa pela civilidade e passa pelo cumprimento de ritos exigidos pelas situações e pela aproximação dos critérios em comum. O aprendizado dessas regras, portanto, confere segurança aos relacionamentos permitindo, assim, a concretização de negócios.

(ALVES. Nícia Ma. Comportamento social é importante em todas as profissões. Disponível em CANAL EXECUTIVO. <http://www2.uol.com.br/canalexecutivo/artigosju5.htm>. Acesso em 19/12/2006).



Dicas



Espreguiçar-se, bocejar, encostar-se em qualquer parede ou apoio próximo, coçar-se, jogar lixo no chão, falar em voz alta, rir escandalosamente, são consideradas posturas grosseiras. Maus hábitos não devem ser evitados apenas em público: devem ser erradicados da vida privada. A idéia de que podemos nos policiar em público termina por fatalmente nos traír.

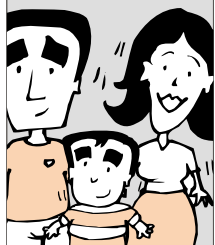


Ainda é comum constatar no local de trabalho comportamentos como assobiar, cantarolar, mascar chiclete, chupar balas ou fumar enquanto se atende o cliente. Esses comportamentos devem ser evitados no ambiente do trabalho, pois podem parecer desrespeitosos e deseducados.

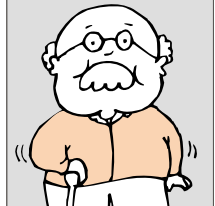
Bom dia! Seja bem vindo!!



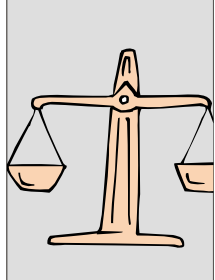
Seja polido ao receber e atender os clientes. Cumprimente todas as pessoas com atenção e procure conhecer os nomes dos clientes antes de sua chegada, de modo a encantá-los desde o início do atendimento. Isso personaliza o relacionamento e demonstra respeito. Lembre-se que intimidades e apelidos não cabem na etiqueta. Cultive o hábito de usar abundantemente expressões como: por favor, com licença, muito obrigado. Respeito e gratidão são virtudes das mais apreciadas pelas pessoas.



Dê atenção completa e igual a todos os clientes independentemente de posição social, aspecto, idade, cor etc. Isto inclui, naturalmente, o respeito à ordem de chegada no atendimento e assim por diante. O profissional que detém a “hospitalidade” faz com que cada cliente se sinta individualmente especial. Quando não há privilégios particulares, todos se sentem privilegiados.



Aos idosos e crianças, entretanto, é necessário atender com cuidados especiais, de modo a integrá-los nas atividades coletivas sem prejuízo de qualquer uma das partes. Tais cuidados não serão vistos como privilégios pelos demais, pois são condições de atendimento universalmente esperadas por todos.

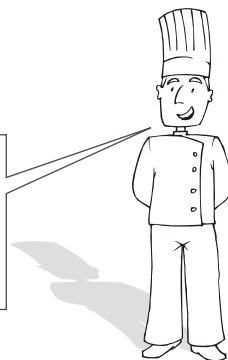


Você deve estar consciente de que o equilíbrio emocional também deve ser mantido permanentemente, pois na atividade turística estamos sujeitos à pressão e a situações imprevisíveis. O exercício da “hospitalidade” é fundamental nesses momentos para não desencantar o cliente. A sua conduta é que definirá a solução dos problemas ou a maximização deles. Portanto, mantenha a calma e decida racionalmente em qualquer ocasião.



SÍNTESE

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **padrões de etiqueta social**.





DESEMPENHO

Elabore as “regras de ouro” para receber seus clientes, segundo os padrões de etiqueta social, levando em consideração a realidade do seu empreendimento.



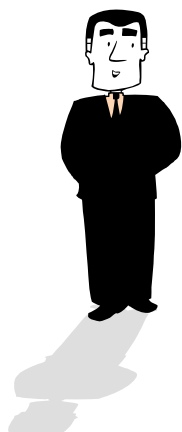
AVALIAÇÃO

1 - Ao perceber a entrada de um cliente, você:

- A) Antecipa-se, atendendo com cordialidade, mas sem intimidade.
- B) Recebe o cliente com um longo aperto de mão, desejando-lhe boas vindas.
- C) Fica esperando a solicitação do cliente.
- D) Não presta atenção à chegada dos clientes, pois tem outras coisas a fazer.

2- Ao receber um cliente no empreendimento o profissional de turismo deve:

- A) ser informal e mostrar intimidade para deixando o cliente à vontade.
- B) falar difícil e se mostrar sofisticado para impressionar o cliente.
- C) atender com o máximo de rapidez possível evitando os imprevistos.
- D) ser acolhedor e bem-educado, pronto a atender as solicitações do cliente.



Sessão 10

Atuar, segundo os padrões éticos, em situações que envolvam o cliente e a equipe.



AQUECIMENTO



Para viver um ambiente de trabalho saudável, padrões éticos são estabelecidos e devem ser seguidos. Às vezes não é fácil perceber quando o cotidiano nos coloca à prova de um comportamento ético.



VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Você lembra de ter vivido situações, onde houve falta de comportamento ético, no local de trabalho?



EXERCÍCIO

1 - Escolha uma situação entre as apresentadas no Aquecimento e descreva um comportamento ético para finalizar a situação.

2 - Observe a situação seguinte e escreva a atitude que você tomaria, no lugar do garçom:

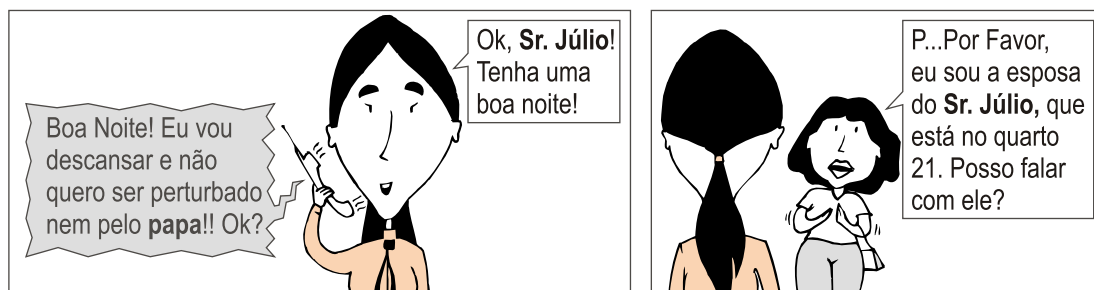


● → ■ COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

Através da educação e da convivência familiar, todos nós adquirimos, desde crianças, uma série de valores, ou seja, conceitos a respeito do que é correto e do que é errado. Esses valores nos acompanham e podem se transformar ao longo de nossas vidas, determinando o nosso comportamento. Existe, portanto, um “dever ser” que não é exigência de leis, nem obrigação de um contrato, mas que vem de dentro do nosso próprio ser. Mudamos os valores acreditando poder criar um ambiente mais saudável: material, sustentável e psicologicamente integrado, além de espiritualmente fecundo.

É isso que define a ética.

Os padrões éticos no trabalho são específicos, considerando a área da atividade produtiva. Quando falamos em turismo, os padrões éticos esperados levam em consideração as relações profissionais e a integridade e respeito à vida particular de cada hóspede. Por isso, muitas vezes, você poderá se deparar com situações inesperadas, que farão da ética profissional a regra para solucioná-las.



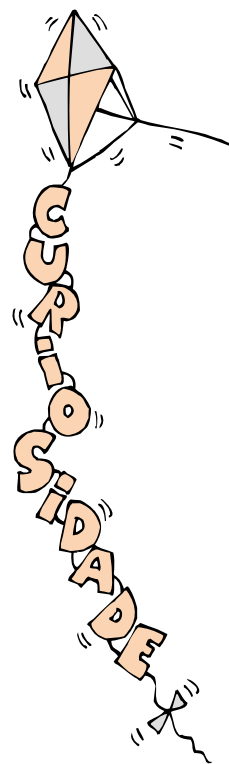
A ética profissional também diz respeito à relação que se estabelece entre os funcionários, os membros da equipe de trabalho. Mais uma vez é a promoção de um ambiente saudável, alcançado com uma postura ética verdadeira compartilhada por todos. Como anda seu ambiente de trabalho, com relação a padrões éticos profissionais?

Ética

“A ética é o ramo da filosofia que cuida da ação humana. É indispensável, portanto, que suas metas tenham sólidas bases de natureza ética, que tem a ver com caráter e princípios. Isso é muito sério. Existe gente que acha que para vencer na vida o outro tem que perder. Acredita que para crescer é preciso puxar o tapete do outro. Pensa que para sua estrela brilhar tem que apagar a estrela dos demais. Não é desse jeito que as coisas devem funcionar. **O universo oferece oportunidades de crescimento e realização para todas as pessoas e esse é um direito de cada um. Por outro lado, você tem um dever correspondente: devolver isso, dando sua contribuição para melhorar o mundo.**”

Assim, temos na ética os dois lados de uma mesma moeda: a autonomia e a oportunidade enquanto direito ao seu crescimento como pessoa e como cidadão, e a solidariedade compreendida como um dever e, ao mesmo tempo, um ideal de melhoria do mundo...”

(COSTA, Antonio Carlos Gomes da; PIMENTEL, Antônio de Pádua Gomes. Educação e Vida: um guia para o adolescente. Belo Horizonte. Modus Faciendi, 2001. 83 p.)



Fatores Críticos de Sucesso

O comportamento ético precisa ser estendido a todos, para que tenhamos uma vida social saudável. Por outro lado, cada profissão vai realçando a importância de determinados valores e comportamentos que lhe são próprios, de modo a compor sua ética profissional.

A ética profissional, por sua vez, recomenda uma postura profissional, ou seja, as normas de comportamento e o modo de ser e conviver no exercício da profissão.

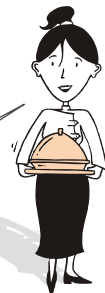
Além de receber bem, atender com satisfação e servir com excelência, a competência hospitalidade também inclui agir sempre com base em valores éticos. Alguns desses valores éticos estão refletidos em ações tais como:

-  Manter discrição sobre a vida privada ou pública do cliente.
-  Manter a privacidade do cliente, evitando perguntas embaraçosas e questionamentos.
-  Atuar com discrição no que diz respeito à vida pessoal e profissional dos colegas.
-  Manter relacionamentos dentro da esfera profissional.
-  Fornecer informações precisas e verídicas.
-  Cumprir os acordos pré-estabelecidos.
-  Rejeitar quaisquer vantagens ilícitas vinculadas a suas atividades.
-  Respeitar os hábitos e costumes de outras culturas.
-  Zelar pela imagem do estabelecimento e da localidade.



SÍNTESE

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **padrões éticos**.



DESEMPENHO

Depois dessa sessão de aprendizagem, estabeleça, com seus colegas de trabalho, algumas normas para manter padrões éticos de comportamento, levando em consideração a realidade vivida no empreendimento.



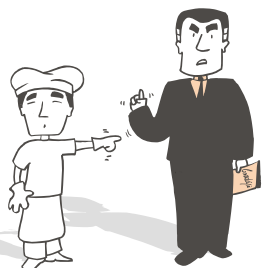
AValiação

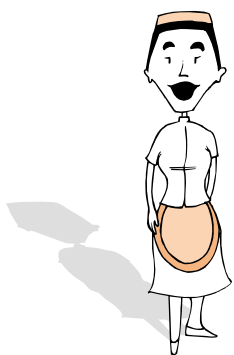
1- Você tem na sua equipe de trabalho um mensageiro. Os colegas vivem fazendo graça com ele, tratando-o pelo apelido para atender aos clientes. Diante disso você:

- A) Não vê problema algum. Acha até divertida a gozação com ele.
- B) Coloca o problema para seu supervisor para que todos se tratem apenas pelo nome.
- C) Também o trata pelo apelido. Afinal é apenas um mensageiro.
- D) Coloca para seus colegas de trabalho a questão para que discutam a melhor maneira de se tratarem no local de trabalho.

2 - Você percebe que um produto pedido por um cliente está com defeito. O que você faz?

- A) Entrega o produto, fingindo que não reparou no defeito.
- B) Tenta um meio de consertar o produto.
- C) Joga fora o produto, sem tomar nenhuma providência.
- D) Separa o produto para ser visto pela supervisão e toma providências para atender o pedido do cliente.



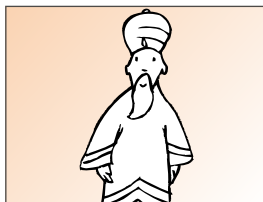
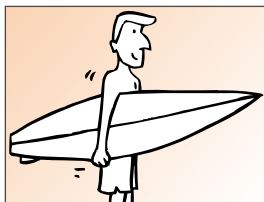


Sessão 11

Apresentar comportamentos éticos, estabelecendo relações de confiança.



AQUECIMENTO



Temos uma rica diversidade cultural espalhada pelo mundo. Costumes diferentes e antagônicos muitas vezes são colocados frente a frente numa situação entre cliente e funcionários. É preciso estabelecer confiança nestas relações.



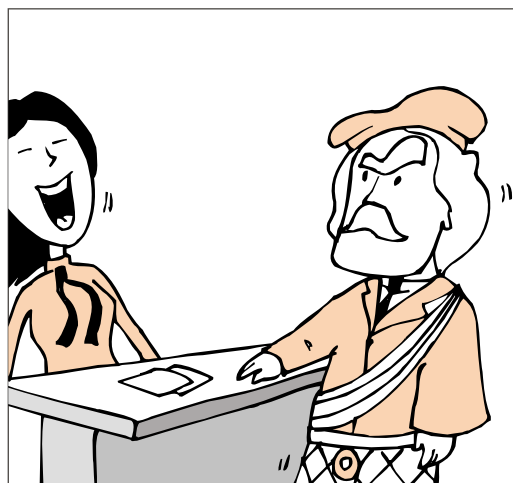
VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

Durante sua experiência profissional no setor turístico, quais foram as situações mais interessantes com relação a costumes diferentes?



EXERCÍCIO

Observe as situações abaixo:



Apresente, em linhas gerais, o comportamento ético esperado pelos hóspedes representados, para que se estabeleçam relações de confiança.



COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

A identidade cultural de qualquer pessoa é sua marca. Revela sua história, suas lutas, sua alma. Deve, portanto, ser objeto de nosso respeito e estudo. Aprenda a lidar com as diversas manifestações culturais de modo a enriquecer seus conhecimentos, habilidades e atitudes e ser um profissional cada vez mais competente. Qualquer cliente ficará satisfeito ao perceber que você conhece os hábitos e tradições do lugar de onde ele vem e sabe lidar com os mesmos, respeitando sua individualidade e sua identidade cultural.

Mas atenção! Seu relacionamento no trabalho é e deverá sempre ser profissional. Não é necessário ser formal, mas é preciso conhecer bem os limites da informalidade. As pessoas vindas de lugares diferentes têm hábitos culturais diferentes. Assim, todo cuidado é pouco na manifestação do nosso conhecido calor humano.

Você deve saber que alguns hábitos de turistas estrangeiros podem parecer bastante esquisitos para nós. Entre povos árabes, por exemplo, dois homens podem andar de mãos dadas; os homens na Rússia se beijam em saudação, e assim por diante. Profissionais competentes em hospitalidade não demonstram estranheza nem sorriem frente a esses comportamentos “diferentes”. Vêm com naturalidade as diferenças culturais, convivem bem com elas e procuram aprender sempre mais. Mais uma vez, convém ser discreto.

A postura de discrição recomendada para com o cliente deve ser semelhante à que será usada para com seus colegas. De nada adianta oferecer um tratamento respeitoso ao cliente se você, ao mesmo tempo, está tendo uma atitude debochada com seus colegas de trabalho. É o clima do ambiente como um todo que dará o tom, a música do seu estabelecimento.

Hospitalidade e Responsabilidade:

O turismo é uma atividade que proporciona o contato entre culturas e comportamentos éticos diferentes, algumas vezes conflitantes. O turismo que estimula a exploração sexual é um exemplo disso. Turistas que praticam a exploração sexual no Brasil estão sendo combatidos nos últimos anos, com foco, principalmente, no repúdio à exploração sexual infanto-juvenil, alimentada ainda pelo setor turístico. Receber com hospitalidade é também ter responsabilidade com a comunidade receptora e esperar do hóspede igual respeito. Por isso, fique atento às práticas ilícitas que o turismo pode gerar ao seu redor.

No Fórum Mundial de Turismo, o atual Ministro Walfrido dos Mares Guia colocou as preocupações e iniciativas do governo no combate à exploração sexual incentivada pelo turismo:

Ministro do Turismo: prioridade máxima ao combate da exploração sexual no turismo

“O assunto preocupa o mundo”, comentou o ministro, que vem mantendo contatos com embaixadores de outros países para definir estratégias de combate às causas do problema. “Alguns países, como a Bélgica e a Alemanha, já tem uma lei absolutamente vigorosa. Ela faz com que um turista deste país que seja pego no Brasil molestando uma criança ou adolescente seja deportado e imediatamente levado para a prisão”, disse.

“Precisamos entender a natureza do problema e conhecer suas causas para tentar fazer um combate eficaz”, alertou Walfrido. “Temos que agir com inteligência, competência e enorme solidariedade. A questão é terrivelmente social, e ainda mais difícil por envolver uma rede de crime organizado”, completou.

(Destinations. Fórum Mundial de Turismo para paz e desenvolvimento sustentável. Disponível em: <http://www.worldtourismforum.org/conteudo-pt-br/news/release.2004-12-04.8839444094>. Acesso em 19/12/2006).

Para saber mais:

“Assista ao filme “Anjos do Sol”, inspirado em diversos artigos publicados na imprensa, o filme fala sobre o mundo da prostituição infantil no Brasil por meio da história de Maria (Fernanda Carvalho), uma menina de 12 anos vendida pelos pais. Ela cruza o Brasil numa longa jornada, forçada a se prostituir para sobreviver, enquanto busca um futuro melhor.”

Gênero: Drama

Tempo: 92 min.

Lançamento: 18 de Ago, 2006

Classificação: 14 anos

Distribuidora: Downtown Filmes

(YAHOO CINEMA BRASIL. Anjos do Sol. Disponível em <http://br.cinema.yahoo.com/filme/13919>. Acesso: 29/09/06).



Para denunciar:

“Em todo território nacional, pelo número: 100

O disque-denúncia é um serviço gratuito;
funciona de segunda a sexta-feira;
das 8 às 22 horas
e garante anonimato.

As denúncias também devem ser levadas ao Conselho Tutelar local, Delegacias, do Juizado da Infância e Juventude ou pela página da Procuradoria do Ministério Público do Trabalho na Internet: **www.prt9.mpt.gov.br**”.

(NAVEGANDO NOS DIREITOS. A exploração sexual comercial de crianças e adolescentes rouba a infância. Disponível em: <http://www.ciranda.org.br/navegando/noticias/index.php?noticia=5&titulo>. Acesso 20/12/2006).

É importante que você esteja informado sobre os principais restaurantes de sua cidade, as companhias aéreas que pousam regularmente, as principais agências de viagens, locadoras de veículos, pontos de táxi, museus tudo com telefone e, quando possível, com endereço. O objetivo é fazer você perceber que estar bem informado a respeito dos principais eventos em cartaz, exposições, museus, casas de câmbio próximas etc, também é importante para manter uma relação de confiança com os clientes, transmitindo informações verídicas e precisas. E não se esqueça das atrações turísticas, sua localização, e a melhor forma de chegar lá. Os guias de turismo podem lhe ajudar muito nesta tarefa.



Curiosidades:

Veja abaixo culturas que indicam as diferenças entre as variadas sociedades espalhadas pelo mundo:



Amish é um grupo religioso cristão anabatista baseado nos Estados Unidos e Canadá. São conhecidos por seus costumes conservadores, como o uso restrito de equipamentos eletrônicos, inclusive telefones e automóveis. (...) Os amish preferem viver afastados do restante da sociedade. Eles não prestam serviços militares, não pagam a Segurança Social e não aceitam qualquer forma de assistência do governo. Muitos evitam até mesmo fazer seguro de vida.

(WIKIPÉDIA a enciclopédia livre. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Amish>. Acesso em 19/12/2006).



Esquimó é um povo que vive em lugares polares no extremo norte do Planeta Terra, na região Ártica, como o norte do Canadá, Alaska, Sibéria e Groenlândia. Eles vivem da pesca e da caça. Retiram gordura de baleias, focas e ursos para usar de alimento, e de combustível para seus trenós. Os esquimós se vestem com peles de animais, porém, ao contrário dos outros povos, eles usam a pele voltada para dentro, de forma a mantê-la mais próxima ao corpo e promover um aquecimento mais adequado. Eles têm o costume de se alimentar do fígado cru das caças, sua única fonte de vitamina C.

(WIKIPÉDIA a enciclopédia livre. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Esquim%C3%B3s>. Acesso em 19/12/2006).



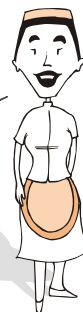
Os **bascos** são um grupo étnico que habita na região ao norte da Espanha e ao sudoeste da França. Os bascos, sendo nativos de Navarra, são predominantemente encontrados na região conhecida como País Basco, consistindo de quatro províncias na Espanha e três na França, localizadas em volta da borda ocidental dos Pirineus na região costeira do Golfo de Biscaia. Há diferenças sociais interessantes entre os bascos e seus vizinhos. O povo basco tem uma rara ligação sentimental com seus lares. Um lar de alguém é a sua família no País Basco. Mesmo se alguém não estiver mais vivo e não tiver por gerações uma família basca, ele ainda será conhecido pela casa onde viveu.

(WIKIPÉDIA a enciclopédia livre. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Bascos>. Acesso em 19/12/2006).



SÍNTESE

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **relações de confiança com clientes**.



↑ DESEMPENHO

Procure identificar a diversidade cultural dos clientes de sua cidade e a melhor maneira de lidar com ela. Nesta oportunidade, perceba também a diversidade cultural dos profissionais que compõem sua equipe e a melhor maneira de lidar com eles.

🔍 AVALIAÇÃO

1- A melhor maneira de se comportar frente a hábitos culturais estranhos é:

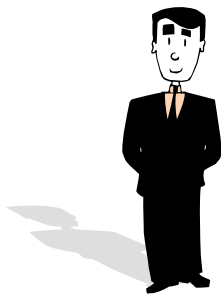
- A) segurar o máximo qualquer vontade de rir.
- B) sair urgentemente de perto do cliente.
- C) fingir que não está vendo.
- D) entender e respeitar.

2- Um cliente pede uma informação que você não sabe responder. Então:

- A) você enrola e não responde com certeza.
- B) você diz que não sabe, mas vai providenciar uma resposta para a informação.
- C) você finge que anota para impressionar o cliente, mas depois esquece.
- D) você deixa o cliente esperando e vai atrás da resposta.



* Você entendeu?



Sessão 12

Aplicar procedimento de segurança no trabalho.



AQUECIMENTO



Situações de emergência requerem muita calma e segurança. Esses fatores ajudarão você a enfrentá-las, mesmo que saiam do controle momentaneamente.



VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

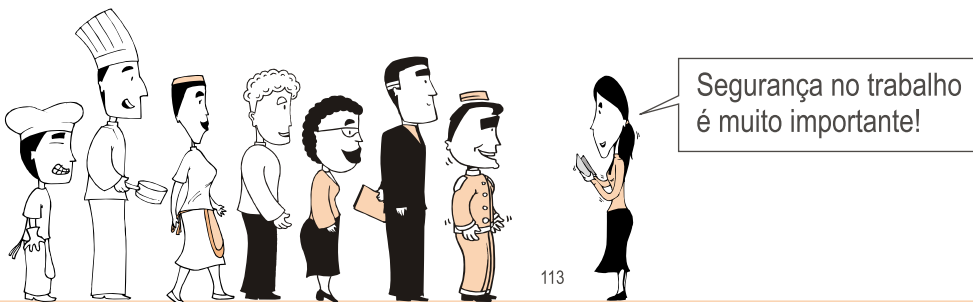
Você já passou por alguma situação que envolveu procedimentos de segurança no trabalho?



EXERCÍCIO

1- Na situação apresentada pelo quadrinho do Aquecimento, quais providências você tomaria?

2- Liste aqui as leis, regulamentos ou portarias que você conhece e que se referem à segurança no trabalho.





COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

No exercício da competência **hospitalidade**, você poderá se defrontar com situações que exijam a resolução rápida de problemas visando garantir a segurança e, conseqüentemente, a satisfação do cliente. Você precisará, então, conhecer os procedimentos de segurança no trabalho, e incluir temas específicos no programa periódico de treinamento de seu estabelecimento.

Instituir uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes CIPA, por exemplo, faz parte das boas práticas da Gestão da Hospitalidade. Comissões dessa natureza facilitam a instituição e o treinamento de uma Brigada de Incêndio, o estabelecimento de um Programa de Prevenção de Riscos Ambientais PPRA, e auxiliam no treinamento para situações de emergência (roubo, falta de energia e similares). Embora o enfoque desses treinamentos seja a equipe de trabalho, o aprendizado decorrente se reflete na garantia da segurança do cliente, reforçando a **hospitalidade**.

As Normas Regulamentadoras do Capítulo V, Título II, da Consolidação das Leis do Trabalho, relativas à Segurança e Medicina do Trabalho, aprovadas pela Portaria Nº. 3.214, de 08 de junho de 1978, também poderão auxiliá-lo a adotar e supervisionar a aplicação de procedimentos de segurança no trabalho, especialmente a NR 6, que dispõe sobre a utilização do uso de equipamentos de proteção individual.

CLT DINÂMICA - CONSOLIDAÇÃO DAS LEIS DO TRABALHO

Capítulo v - Da segurança e da medicina do trabalho

SEÇÃO I

Disposições Gerais

Art. 154 - A observância, em todos os locais de trabalho, do disposto neste Capítulo, não desobriga as empresas do cumprimento de outras disposições que, com relação à matéria, sejam incluídas em códigos de obras ou regulamentos sanitários dos Estados ou Municípios em que se situem os respectivos estabelecimentos, bem como daquelas oriundas de convenções coletivas de trabalho.

STF: Súm. 736

Art. 157 - Cabe às empresas:

- I - cumprir e fazer cumprir as normas de segurança e medicina do trabalho;
- II - instruir os empregados, através de ordens de serviço, quanto às precauções a tomar no sentido de evitar acidentes do trabalho ou doenças ocupacionais;



III - adotar as medidas que lhe sejam determinadas pelo órgão regional competente;
IV - facilitar o exercício da fiscalização pela autoridade competente.

Art. 158 - Cabe aos empregados:

- I - observar as normas de segurança e medicina do trabalho, inclusive as instruções de que trata o item II do artigo anterior;
- II - colaborar com a empresa na aplicação dos dispositivos deste Capítulo.

Parágrafo único - Constitui ato faltoso do empregado a recusa injustificada:

- a) à observância das instruções expedidas pelo empregador na forma do item II do artigo anterior;
- b) ao uso dos equipamentos de proteção individual fornecidos pela empresa.

Art. 159 - Mediante convênio autorizado pelo Ministério do Trabalho, poderão ser delegadas a outros órgãos federais, estaduais ou municipais atribuições de fiscalização ou orientação às empresas quanto ao cumprimento das disposições constantes deste Capítulo.

(Disponível em <http://www.trt02.gov.br/geral/tribunal2/legis/CLT/TITULOII.html>).

Ao aplicar os procedimentos de segurança no trabalho, você também precisará avaliar continuamente as condições dos equipamentos a serem utilizados, principalmente aqueles cujo uso não é constante, como extintores de incêndio, por exemplo.



Você e seus colegas de trabalho precisarão, também, tomar conhecimento dos números de telefone dos serviços de emergência para poder acioná-los quando necessário, percebendo a importância do equilíbrio emocional frente a situações de emergência.



SÍNTESE

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **procedimentos de segurança no trabalho**.



DESEMPENHO

1- Reveja os procedimentos de segurança no trabalho adotados pelo empreendimento e analise a necessidade de ampliá-los e/ou providenciar treinamento específico em algumas situações.

2- Procure e preencha aqui os principais telefones para atendimento de emergências como polícia, ambulância, bombeiros entre outros, em sua cidade.

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

AVALIAÇÃO

1- Suponha que ocorreu um início de incêndio em seu estabelecimento. Uma das principais providências a serem tomadas é:

- A)** retirar as pessoas como puder, o mais rápido possível do lugar de perigo.
- B)** manter a calma e orientar as pessoas, seguindo os procedimentos de segurança.
- C)** ser firme e fazer que todos sigam o funcionário com mais iniciativa.
- D)** deixar as pessoas fazerem o que acham correto e ser o último a sair do local.

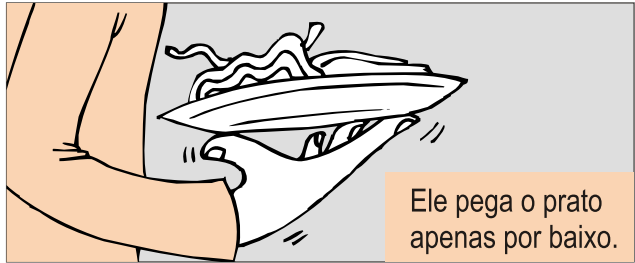


Sessão 13

Atuar conforme os padrões de qualidade no atendimento.



AQUECIMENTO



Padrões de Qualidade são estabelecidos por normas abrangendo as mais simples atitudes e habilidades e envolvendo todos os setores dos meios de hospedagem.



VERIFICANDO SABERES PRÉVIOS

No empreendimento em que você trabalha, quais são as estratégias para verificar a qualidade no atendimento?



EXERCÍCIO

Refleta sobre a situação descrita a seguir e responda as questões indicadas:

“Seu empreendimento está localizado numa cidade que vai sediar um congresso internacional. Com um mês de antecedência, o hotel já está com todas as reservas fechadas.”

1 Quais as providências você entende serem necessárias para garantir a qualidade no atendimento?

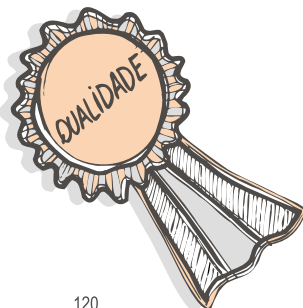
2- Agora pense em sua ocupação dentro do hotel. Descreva as tarefas necessárias a assegurar a qualidade no atendimento.

3- Leia o texto abaixo e realize a atividade a seguir:

“O aumento da população idosa, fora do processo produtivo, vivendo de aposentadoria, pode ser um filão para a atividade turística, pois já estão com a vida financeira estável, isto é, já criaram os filhos, já se aposentaram, adquiriram a maioria dos bens materiais, restando tempo livre para conhecer novos lugares. Sendo assim, segundo Moletta (2000, p. 8), pode-se conceituar o turismo da terceira idade como sendo “um tipo de turismo planejado para as necessidades e possibilidades de pessoas com mais de 60 anos, que dispõem de tempo livre e condições financeiras favoráveis para aproveitar o turismo”.

REVISTA DE TURISMO. Perfil, preferências e motivações da terceira idade em relação a viagens de lazer. Disponível em: <http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/pref-3idade.html>. Acesso em 18/07/06 às 22:09.

Imagine que um grupo da terceira idade reservou a hospedagem onde você trabalha. Quais providências você tomaria, dentro de sua ocupação, para recebê-los e superar suas expectativas?



● ■ COMPARAÇÃO COM OUTRAS REFERÊNCIAS

O turismo enquanto atividade produtiva agrega diversas outras atividades e empreendimentos, transformando em produto não a matéria, mas, fantasias e sentimentos, um bem-estar procurado e pago para acontecer. Mesmo com essa característica própria, o turismo como outra qualquer outra atividade produtiva, busca padrões de qualidade para alcançar e assegurar o bom atendimento aos seus clientes, superando suas expectativas, quando possível.

Os estabelecimentos que perseguem a qualidade no atendimento ao cliente estudam criteriosamente suas atividades e a interação entre elas, e constroem seus padrões de serviço baseados na experiência e no acompanhamento sistemático das sugestões e críticas dos clientes. A grande maioria dos empreendimentos de meios de hospedagem desenvolve e aplica indicadores de satisfação dos clientes, como uma das possibilidades para assegurar serviços especiais e de qualidade.



As normas e padrões de qualidade construídos por organismos oficiais também devem ser seguidos, pois são públicos e divulgados por toda a sociedade.

“Normas são documentos que descrevem as necessidades e expectativas na forma de requisitos. Podem ser estabelecidas para produtos, para serviços, processos, pessoas ou ainda para sistemas de gestão.

Elas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, estabelecer classificações ou terminologias e glossários, estabelecer a maneira de medir ou determinar características, como os métodos de ensaio.”

(PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO DO TURISMO SUSTENTÁVEL/IH. Disponível em: <http://www.pcts.org.br/pubpcts/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=114>. Acesso em 26/09/06).

Um exemplo:

A seguir, um trecho da Norma Brasileira para chefe de governança que atua em meios de hospedagem:

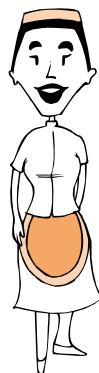
“1 Objetivo

Esta Norma estabelece os resultados esperados e as competências mínimas para chefe de governança que atua em meios de hospedagem.

3 Descrição da Ocupação

O gerente de governança que atua em meios de hospedagem ocupa-se, principalmente, do planejamento, controle, organização e supervisão da equipe e dos serviços de limpeza, higienização, arrumação e ornamentação das unidades habitacionais, lavanderia, salão de refeição, áreas externas e internas (exceto cozinha) e gerenciamento dos materiais de consumo, limpeza, decoração, enxoval e uniforme.”

(ABNT. Norma Brasileira 15045 Turismo Chefe de governança Competência de pessoal. ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas. Rio de Janeiro, 2004.)



Turismo Sustentável é tudo de bom!!

E você no meio disso tudo...

É importante que você se sinta parte do projeto do empreendimento em que trabalha. Sua atuação é crucial para que ele alcance padrões de qualidade, assegurando serviços com excelência. Por isso leia e reflita sobre as dicas a seguir:



Acredite no seu empreendimento, conheça-o bem, saiba da sua qualidade, conheça os termos técnicos e operacionais necessários ao desempenho de sua ocupação, e assim por diante. Ninguém vende o que não conhece ou aquilo em que não acredita. Por outro lado, quem conhece e crê contamina o outro com seu entusiasmo.



Acredite em si mesmo, na sua competência profissional, na sua capacidade de entender o cliente e de ajudá-lo a encontrar satisfação. O Setor de Turismo e Hospitalidade precisa de profissionais autoconfiantes, seguros e tranquilos; capazes de informar sobre a cidade, atrações e sua localização; capazes de explicar e argumentar com propriedade e de convencer com plenitude.



Além disso, é conveniente também possuir uma boa dose de **espírito de iniciativa, disciplina, pontualidade, boa expressão verbal e bom humor**. Tudo isso sem esquecer o equilíbrio emocional, a ser exercido nos eventuais momentos de pressão, demandas simultâneas, reclamações e situações imprevistas.

Conhecer a hierarquia de valor para o cliente também é fundamental na superação de suas expectativas.

A Hierarquia de Valor para o Cliente

A hierarquia de valor para o cliente progride na seguinte escala:



			Inesperados
		Desejados	
	Esperados		
Básicos			

- **Básicos** são os atributos absolutamente essenciais partindo da experiência do cliente, tangíveis ou intangíveis, mensuráveis ou não. Sem eles é impossível atender bem ao cliente. Exemplos: a refeição deve estar saborosa e servida num local limpo e higiênico; o quarto do hotel, limpo e mobiliado de forma adequada.

- **Esperados** são os atributos associados à experiência do que o cliente acostumou-se a ter e considera como prática geral dos serviços de atendimento. Exemplos: o restaurante deve ter um cardápio com razoável variedade e preços justos; o hotel deve ter quartos refrigerados, boa localização e segurança.
- **Desejados** são os atributos que o cliente não espera, mas conhece e apreciaria se lhe fossem oferecidos. Exemplos: garçons que propiciam sugestões de pratos e dão atendimento diferenciado; recepcionistas oferecendo sugestões de roteiros turísticos e culturais e fazendo reservas.
- **Inesperados** são os atributos “surpresa”, que agregam valor para o cliente além dos seus desejos e expectativas. Exemplos: uma entrada ou sobremesa oferecida gratuitamente no restaurante; o cafezinho ou suco oferecido enquanto o hóspede preenche a ficha na recepção do hotel etc.

IMPORTANTE!

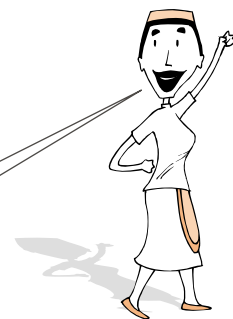
Serão sempre necessários criatividade e esforço para garantir a qualidade do atendimento e superação das expectativas do cliente.

A qualidade não está no produto tangível, mas sim na reação do cliente a uma experiência de atendimento. O resultado final de uma experiência de serviços é o sentimento que fica no cliente.



SÍNTESE

Depois de tudo o que você leu, refletiu e escreveu até aqui, construa uma frase resumindo as informações que lhe pareçam mais importantes sobre **atuar conforme os padrões de qualidade no atendimento**.



DESEMPENHO

1- Verifique o acompanhamento dos indicadores de qualidade em seu estabelecimento, anotando os resultados representativos do funcionamento de seu Setor diretamente.

2- Junto com seus colegas de Setor, analisem esses indicadores, proponham melhorias se necessário e criem soluções para combater os índices apontando baixa produtividade ou qualidade nos serviços.

AVALIAÇÃO

1- Qual é a importância do Questionário de Avaliação da Satisfação do Cliente?

- A) É um precioso instrumento para medir a satisfação do cliente e impulsionar medidas de melhoria na qualidade dos serviços.
- B) É importante para manter o quadro de funcionários enxuto e trabalhando corretamente.
- C) É bom porque o cliente se sente importante para o estabelecimento.
- D) É importante porque mantém os funcionários sempre atentos com relação a suas atitudes.

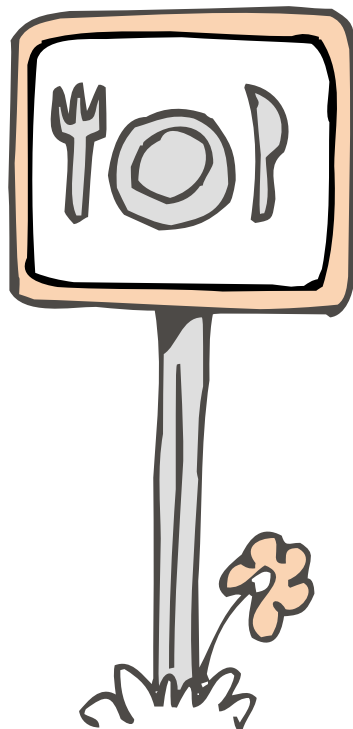
2- Você observa que os produtos de limpeza utilizados em seu Setor estão com o prazo de validade vencido, mas continuam mantendo a mesma aparência, o que você faz:

- A) Separa-os e avisa o responsável imediatamente, para manter o padrão de limpeza que o empreendimento possui.
- B) Finge que não vê, para não chamar a atenção para um problema desses.
- C) Não faz nada, pois isso não vai atrapalhar o padrão de qualidade nos serviços.
- D) Reclama com os funcionários da limpeza.

3- Um cliente pede a você uma solicitação ferindo os procedimentos adotados pelo empreendimento. O que você faz?

- A) Atende afinal ele é cliente.

- B)** Atende, mas avisa o gerente depois.
- C)** Não atende e mostra o regulamento interno para acabar com a conversa.
- D)** Conversa com o cliente sobre o regulamento interno e lhe propõe alternativas à solicitação.





Finalizando...



Você acabou de completar o caminho elaborado, de exercício das competências necessárias, aperfeiçoando seu desempenho como profissional do setor turístico. Aprimorou novos conhecimentos, adquiriu novas atitudes e habilidades para atuar com destaque demonstrando hospitalidade com profissionalismo.

Durante as 13 sessões de aprendizagem percorridas, você **desenvolveu ações para promover a excelência em serviços**. A etapa **Desempenho** proporcionou atividades de intervenção no local de trabalho que você realizou envolvendo sua equipe e melhorando o atendimento. Além disso, você produziu materiais importantes para continuar promovendo a qualidade dos serviços e a satisfação do cliente.

Veja o quadro a seguir:

Sessão de aprendizagem	Desempenho
Sessão 1	- Pesquisa do empreendimento em que você trabalha sobre solicitações e pedidos mais frequentes dos clientes.
Sessão 2	- Pesquisa e análise das ações diretas e indiretas que foram tomadas para promover o turismo em sua cidade. - Identificação, no estabelecimento, de ações que podem ser tomadas em todos os departamentos para diminuir os impactos do turismo na natureza.
Sessão 3	- Observação das atividades que se interligam entre os departamentos. Avaliação de como suas ações contribuem para fortalecer seu estabelecimento como um sistema.

Sessão 4	- Construção de seu Plano de Ação Pessoal.
Sessão 5	- Identificação dos clientes já fidelizados e pesquisa sobre suas preferências. Perguntas básicas para descobrir as preferências dos novos clientes.
Sessão 6	- Lista do que pode ser melhorado no ambiente para causar uma primeira boa impressão no cliente.
Sessão 7	- Pesquisa no Setor de Recepção sobre o número aproximado de estrangeiros que se hospedam no empreendimento por mês. Pesquisa sobre a nacionalidade e a língua materna deles. - Pesquisa em livros e Internet, sobre o vocabulário básico para atender as principais necessidades dos clientes estrangeiros. Pesquisa sobre os costumes das nacionalidades que mais freqüentam o empreendimento.
Sessão 8	- Pesquisa e ampliação da lista de termos técnicos apresentada em Comparação com Outras Referências .
Sessão 9	- "Regras de ouro" para receber seus clientes, segundo os padrões de etiqueta social, levando em consideração a realidade do seu empreendimento.
Sessão 10	- Normas para manter padrões éticos de comportamento, levando em consideração a realidade vivida no empreendimento.
Sessão 11	- Identificação da diversidade cultural dos clientes de sua cidade e a melhor maneira de lidar com ela.
Sessão 12	- Revisão dos procedimentos de segurança no trabalho adotados pelo empreendimento e análise da necessidade de ampliá-los e/ou providenciar treinamento específico para algumas situações. - Lista dos principais telefones para atendimento de emergências como polícia, ambulância, bombeiros entre outros, em sua cidade.
Sessão 13	- Verificação dos indicadores de qualidade em seu estabelecimento, anotando os resultados que representam o funcionamento de seu Setor diretamente.

Você pode também dar continuidade a alguma ação realizada que foi mais prazerosa ou tenha provocado uma mudança positiva. Transforme seu local de trabalho num verdadeiro espaço de aprendizado e aperfeiçoamento constante.

Bom trabalho!

Glossário

Âmbiência - meio material ou moral onde se vive, meio ambiente.

Antiperspirante - que inibe a transpiração, o suor.

Arreios - conjunto de peças necessárias ao trabalho de carga do cavalo.

Atrativo cultural - é tudo aquilo que é produzido por um povo ao longo de sua história.

Atrativo natural - é qualquer elemento da natureza animais raros, praias, rios, chapadas, florestas que possa atrair pessoas.

Banidos - afastados, eliminados.

Bijuteria - pequeno objeto feito para ornamento e enfeite.

Camuflagem - disfarce.

Capão - frango cepado, capado.

Catalisador - elemento que modifica a velocidade de um movimento/processo.

Daltonismo - incapacidade de diferenciar cores.

Debochada - brincalhona, gaiata.

Dicção - maneira de dizer.

Discrição - prudência, reserva, saber guardar segredo.

Entonação - tom que se toma falando ou lendo.

Erradicado - desarraigado.

Erudição - instrução vasta e variada.

Escaldado - que foi posto em água fervente.

Esquipador - cavalo que esquipa, que anda esquipado (tipo de andar de cavalos).

Estio - tempo de forte calor.

Ética - "Estudo dos juízos de apreciação que se referem à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente a determinada sociedade, seja de modo absoluto."

Etnia - população ou grupo social que apresenta relativa homogeneidade cultural e lingüística, compartilhando história e origens comuns.

Exceder - ser superior a, ir além de.

Explícitas - claro, explicado.

Externar - exteriorar.

Fecundo - fértil, produtivo.

Feedback - retroalimentação, opinião de retorno a uma idéia.

Fidedigna - digno de fé, merecedor de crédito.

Forasteiro - que é de fora, peregrino, estrangeiro.

Genuína - sem mistura nem alteração, puro.

Glamour - encanto pessoal, magnetismo.

Hierarquia - graduação da autoridade.

Ilegibilidade - propriedade do que não se pode ler.

Ilícitas - proibidas pela lei.

Implícita - que está envolvida mas não de modo claro, subentendida.

Impregnar - infiltrar-se em, penetrar, repassar.

Intangível - em que não se pode tocar, impalpável, intocável.

Interação - ação mútua entre duas coisas distintas.

Irreverente - falta de reverência, desatencioso.

Leviano - precipitado, imprudente, sem seriedade.

Maximização - aumento do valor que uma grandeza possui.

Normativo - que tem a qualidade ou força de norma.

Perplexo - espantado, admirado.

Pertinência - que vem a propósito, que pertence realmente, importância.

Polêmico - relativo ou próprio de polêmica, que causa discussão.

Polido - atencioso, delicado, cortês.

Ponderada - sensata.

Procedência - proveniência, origem.

Racional - que usa da razão.

Reputação - ter renome, ter bom crédito.

Requisito - condição necessária para a obtenção de certo objetivo.

Reticências - sinal de pontuação que sugere reserva.

Rito - as regras e cerimônias que se devem observar na prática de uma religião.

Tangível - que pode ser tocado, apalpado.

Titubear - vacilar, hesitar.

Usufruir - ter a posse, colher os frutos de.

Versatilidade - flexibilidade, inconstância.

Gabarito

Sessão1: **1-a; 2-c**

Sessão2: **1-c; 2-d; 3c**

Sessão3: **1-a; 2-a**

Sessão4: **1-a**

Sessão5: **1-b; 2-d**

Sessão6: **1-d; 2-c**

Sessão7: **1-b; 2-a; 3-c**

Sessão8: **1-c; 2-d**

Sessão9: **1-a; 2-d**

Sessão10: **1-d; 2-d**

Sessão11: **1-d; 2-b**

Sessão12: **1-b**

Sessão13: **1-a; 2-a; 3-d**