

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA (UEPG)
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

BRYAN LUIS SANTOS DA ROCHA

ANÁLISE DE CURSOS PARA COLABORADORES:
ESTUDO DE CASO NO HOTEL IBIS PONTA GROSSA - PR

PONTA GROSSA
2023

BRYAN LUIS SANTOS DA ROCHA

ANÁLISE DE CURSOS PARA COLABORADORES:
ESTUDO DE CASO NO HOTEL IBIS PONTA GROSSA - PR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Estadual de Ponta Grossa, como requisito
parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof.^a Dra Rubia Gisele Tramontin
Mascarenhas

PONTA GROSSA
2023

BRYAN LUIS SANTOS DA ROCHA

ANÁLISE DE CURSOS PARA COLABORADORES:
ESTUDO DE CASO NO HOTEL IBIS PONTA GROSSA - PR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Estadual de Ponta Grossa, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

BANCA EXAMINADORA

Professor Doutor
Luiz Fernando de Souza

Professora Doutora
Larissa Mongruele Martins de Lara

Professora Doutora
Rubia Gisele Martins de Lara

Ponta Grossa, 05 de Janeiro de 2023

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo destacar os cursos de capacitação ofertados aos colaboradores do hotel Ibis Ponta Grossa Paraná. Com o aprimoramento do colaborador dentro da empresa hoteleira e com análise da mensuração das capacitações é possível apontar impactos no dia a dia do colaborador hoteleiro e como estes expressam os resultados na qualidade dos serviços prestado. O produto hoteleiro possui diversas faces e a empresa compreendendo que o fator humano em suas particularidades, de modo intangível, impactam o serviço que é ofertado aos clientes, dessa forma o treinamento constante dos funcionários e também sua análise pós capacitação são o que vão configurar o crescimento recorrente da empresa. A educação continuada configura constantemente melhorias na prestação dos serviços e na motivação dos funcionários. Para o desenvolvimento desse trabalho foi necessário uma análise bibliográfica de autores recorrentes no segmento hoteleiro, capacitações e mensurações de resultados para melhor compreensão e planejamento da pesquisa, desenvolvido um questionário para compreender as percepções do funcionários frente aos cursos e treinamentos que recebem no hotel e a partir disso desenvolver gráficos para compreender melhor essa relação entre colaborador e os treinamentos. Com as demandas do mercado hoteleiro e com o estudo sobre conceitos como treinamento, capacitações e educação continuada, foi possível elaborar um questionário aplicado a (15 de 25 funcionários que se propuseram a participar da pesquisa), colaboradores do hotel íbis auxiliando na compreensão sobre a mensuração de resultado como parte importante no dia a dia dos funcionários. Para compreender como os colaboradores, do hotel íbis Ponta Grossa PR, percebem os treinamentos que são ofertados no hotel, foi elaborado um questionário para os funcionário com mais 6 meses trabalhando na empresa, com objetivo de identificar se já receberam treinamentos, se sentiram os impactos das capacitações no dia a dia de suas funções no trabalho, se julgam importante os treinamentos e se gostariam de serem mais direcionados com os cursos para suas funções ou se prefeririam treinamento com temas diversificados. Com a análise desse questionário foi possível identificar o atual perfil do funcionário hoteleiro frente as capacitações que recebem, com isso ampliando os conhecimentos sobre os aspectos qualitativos na hotelaria, sua relevância na educação continuada e também para a ciência acadêmica.

Palavras-chave: Aprimoramento; Treinamento; Educação Continuada.

ABSTRACT

This study aimed to highlight the training courses offered to employees of the Ibis Ponta Grossa Paraná hotel. With the improvement of the employee within the hotel company and with the analysis of the measurement of skills, it is possible to point out impacts on the daily life of the hotel employee and how they express the results in the quality of the services provided. The hotel product has several faces and the company understands that the human factor in its particularities, in an intangible way, impact the service that is offered to customers, thus the constant training of employees and also their post-training analysis are what will configure the recurring growth of the company. Continuing education constantly configures improvements in service delivery and employee motivation. For the development of this work, it was necessary to carry out a bibliographical analysis of recurrent authors in the hotel sector, training and measurement of results for a better understanding and planning of the research, developing a questionnaire to understand the perceptions of employees regarding the courses and training they receive at the hotel and the based on this, develop graphs to better understand this relationship between employee and training. With the demands of the hotel market and with the study of concepts such as training, qualifications and continuing education, it was possible to elaborate a questionnaire applied to (15 of 25 employees who proposed to participate in the research), employees of the ibis hotel, helping to understand the measurement of results as an important part of the day-to-day activities of employees. In order to understand how employees at the ibis Ponta Grossa PR hotel perceive the training offered at the hotel, a questionnaire was prepared for employees with more than 6 months working at the company, with the aim of identifying whether they have already received training, whether they felt the impacts of training in the day-to-day of their functions at work, if they consider training to be important and if they would like to be more directed with courses for their functions or if they would prefer training with diversified themes. With the analysis of this questionnaire, it was possible to identify the current profile of hotel employees in view of the training they receive, thus expanding knowledge about qualitative aspects in hospitality, its relevance in continuing education and also for academic science.

Key-words: Enhancement; Training; Continuing Education.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	1
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	3
2.1	HOTELARIA NO BRASIL.....	3
2.2	ESTAR PREPARADO PARA BEM RECEBER O VISITANTE	7
2.3	CAPACITAÇÃO COM OS COLABORADORES.....	9
2.3.1	A Importância Dos Treinamentos Aos Colaboradores.....	13
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	16
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	17
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	25
	REFERÊNCIAS.....	27
	APÊNDICE 1.....	31

1 INTRODUÇÃO

A capacitação para colaboradores está relacionada ao desenvolvimento profissional, além de ser uma ferramenta fundamental para incorporar o indivíduo as normas da instituição, ajustando o perfil do mesmo as necessidades da organização e se adequando aos valores da mesma (SANTOS; CRUZ, 2019).

Essa pesquisa surgiu da necessidade em compreender os aspectos ligados a qualidade na prestação de serviços na hotelaria como é percebida e como se materializa (ANDRINO, 2017). Dessa forma, abordar a importância dos treinamentos e capacitação para recorrente configurações no atendimento na hotelaria e compreender como o processo de educação continuada é fundamental (SOUZA *et al.*, 2013).

No setor hoteleiro é comum que os padrões de qualidade sejam constantemente avaliados e, com isso, as exigências da gestão aos funcionários sejam constantes. Segundo Santos (2011) aspectos como baixos salários, alta sazonalidade e baixa qualificação também geram alta rotatividade de mão de obra nesse nicho do mercado de trabalho.

A motivação dos colaboradores é fundamental, conforme apontado por Ribeiro e Santana (2015), uma vez que o baixo rendimento no ambiente de trabalho está diretamente relacionado a essa condição. É necessário que as organizações tenham a conhecimento sobre as melhorias necessárias para seus funcionários, pois a satisfação dos mesmos tem influência direta sobre seu desempenho e conseqüentemente na qualidade do serviço prestado pela empresa (OLIVEIRA; SOUSA, 2018).

A constante preocupação das empresas somente relacionada aos lucros, fez com que, por muitos anos, a qualidade de vida no ambiente empresarial fosse deixada em segundo plano, exigindo dos colaboradores mais produção em menos tempo, tornando o ambiente insalubre do ponto de vista físico e psicológico (RIBEIRO; SANTANA, 2015).

Portanto, é possível perceber que a análise para compreender o posicionamento dos funcionários frente aos cursos ministrados aos colaboradores do hotel IBIS Ponta Grossa, deve auxiliar no direcionamento e nas melhorias para uma educação continuada de qualidade, uma vez que, é fundamental a utilização dessa

estratégia para adequar a postura do colaborador frente as demandas da organização, padronizando procedimentos e norteando a um melhor desempenho do colaborador (COSWOSK, ROSA, et al., 2018).

A análise das medições com a pesquisa desenvolvida permite agregar valor à empresa e ao seu produto. Todas as relações entre clientes, funcionários e sociedade estão conectadas, é evidente que trabalhar essa análise de mensuração de resultados pode ser uma ferramenta valiosa (PEREIRA, VASCONCELOS, 2018).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 HOTELARIA NO BRASIL

A história da hospitalidade no Brasil remonta ao tempo das tribos indígenas, que tinham a tradição de receber viajantes e oferecer-lhes comida e abrigo. Essa cultura de hospitalidade também esteve presente durante o período colonial português, quando marinheiros e mercadores portugueses paravam no Brasil a caminho de outras partes do mundo (BOTELHO, 2011).

No século dezenove, período de grande desenvolvimento econômico devido à expansão das indústrias e do comércio, provocou um significativo desenvolvimento urbano no Brasil (CROCE, 2015). Essas transformações econômicas e sociais levaram a um aumento da demanda por hospedagem na cidade do Rio de Janeiro, que levou ao desenvolvimento de meios de hospedagem mais sofisticados, que ofereciam conforto, lazer, entretenimento, entre outros serviços, mesmo período em que a sociedade brasileira passava por grandes mudanças (MOTTA, EDLER, 2019).

No final do século dezenove e início do século vinte, também ocorreram diversos desenvolvimentos tecnológicos, como a criação de sistemas de transporte movidos a vapor, e o Brasil foi um dos primeiros países do mundo a adotar esse meio de transporte. Esta grande evolução no sistema de transporte gerou um aumento no deslocamento de pessoas para outras áreas e com isso surgiu a necessidade de espaços para acomodar mais pessoas, ocasionando assim a criação das pousadas (FERREIRA; DIAS, 2021).

Concomitante a isso, o Brasil viu um influxo de imigrantes da Europa, África e Ásia, enriquecendo ainda mais a cultura de hospitalidade do país (OLIVEIRA; MARTINS, 2009).

Embora a hotelaria tenha surgido a muito tempo, foi somente no ano de 1968 o governo Brasileiro criou os primeiros instrumentos normativos relacionados a área, como o Conselho Nacional de Turismo (CNTUR), o Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR) e o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) objetivando a melhora nos serviços (PEREIRA; ROIM, 2012).

Quando nos referimos ao surgimento do primeiro hotel do mundo, falamos do "George Inn" localizado em Southwark, Londres, Inglaterra. Ele foi construído em

1573 e oferecia acomodações para viajantes que chegavam à cidade por via fluvial pelo Rio Tâmisa. Embora não seja mais em funcionamento como hotel, o "George Inn" ainda existe e é considerado um exemplo importante de arquitetura histórica (GEORGE, 2021).

No entanto, existem evidências de que houveram formas primitivas de hospedagem em outras partes do mundo antes disso. Nas antigas cidades da Mesopotâmia, os viajantes eram recebidos em locais conhecidos como "tabernas" que ofereciam comida, bebida e acomodações para a noite (ERHART, BOHRER, 2007).

De qualquer forma, o surgimento dos hotéis marcou uma importante mudança na forma como as pessoas viajavam e se hospedavam, tornando a viagem mais conveniente e acessível para uma variedade de pessoas. Desde então, o setor hoteleiro tem evoluído e se expandido em todo o mundo, oferecendo uma ampla gama de opções de hospedagem para atender a diferentes necessidades e orçamentos (PEREIRA, 2015).

Para Castelli (2016), as viagens conquistaram a vida do homem moderno. As viagens tornaram-se um fato incontestável, com o aparecimento, no final do século vinte, de inúmeras organizações que se ocupam do turismo, a nível nacional e internacional, público e privado (GORINI; MENDES 2005).

A expansão da hotelaria, na década de 70, foi estimulada pelo crescimento do número de viagens, possibilitado pelo desenvolvimento da infraestrutura de transporte aéreo e rodoviário. Algumas redes internacionais entraram no país fazendo investimentos imobiliários e administrando seus hotéis e outras ficando apenas com a operação e a primeira rede internacional a operar no Brasil foi a *Hilton International Corporation* (GORINI; MENDES 2005).

Relacionado aos aspectos das prestações de serviço na hotelaria, as características qualitativas são tidas como inerente nesse segmento, e com isso rotineiramente configurações ligadas as competitividades que o cenário hoteleiro no Brasil apresenta, evidencia empresas que buscam seus espaços e dessa forma materializam o perfil hoteleiro instaurado no país (TOMÉ, 2019).

Contudo as necessidades do cliente são sempre relativas, o que um hóspede procura pode ser diferente do outro, dessa forma, é entendido que a dimensão da qualidade é diversificada, como aponta Castelli (2016), uma vez que a qualidade tem

características próprias de bens de serviço, como durabilidade, originalidade ou mais voltadas para aparência ou glamour. Quando atendem às necessidades das pessoas, dizemos que trazem benefícios, que são produtos úteis. Não é efetivo cobrir um produto com inúmeras funcionalidades se elas não trazem benefícios para as pessoas (CASTELLI, 2016).

Outra questão de destaque são os investimentos econômicos. Dados divulgados pela rede Francesa ACCOR mostram que, até os anos 2000 possuíam 3.234 hotéis (354.652 quartos), dos quais 33% próprios, 37% em regime de leasing, 13% franqueados e 17% em regime de contrato, era responsável no Brasil por cerca de 3% da oferta hoteleira, o que lhe assegurava a primeira posição, com 7.506 apartamentos (DAEMON; SAAB, 2001).

A perspectiva para a hotelaria, diante da recuperação da economia e do crescimento do número de turistas, é de aumento dos investimentos. O segmento de eventos também deve ser ampliado, com a realização de um maior número de feiras e congressos internacionais no Brasil (DAEMON; SAAB, 2001).

Um empreendimento hoteleiro leva de três a quatro anos para entrar em operação e mobiliza grandes volumes de capital, necessita de investimentos adicionais e periódicos para a manutenção e modernização das edificações, segundo o fórum dos operadores hoteleiros do Brasil, os hotéis precisam destinar anualmente cerca de 1% a 5% de sua receita bruta para esses investimentos (MELLO; GOLDENSTEIN, 2011).

A separação entre propriedade imobiliária e gestão empresarial é mais comum e evidente no segmento hoteleiro de grande porte. Para Mello e Goldenstein (2011), fundos imobiliários e fundos de pensão são investidores regulares nesses ativos imobiliários hoteleiros. Por vezes, para viabilizar os objetivos específicos do grupo em determinados mercados, as operadoras podem até investir na propriedade imobiliária, as grandes administradoras, donas das marcas, fazem exigências para administrar os hotéis que devem ser atendidas ainda na fase de projeto de uma nova construção. Por sua vez, os chamados hotéis independentes são geridos pelos seus proprietários ou, em alguns casos particulares, por terceiros. A participação prévia dos operadores possibilita agregar diferenciais ao projeto (MELLO; GOLDENSTEIN, 2011).

O setor do turismo compreende cerca de 56 segmentos, incluindo a hotelaria. Está entre as que mais crescem, tendo triplicado seu tamanho e impacto econômico nos últimos 50 anos e de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT) o mesmo ocupa um papel relevante na economia mundial e está crescendo rapidamente (GORINI; MENDES, 2005).

No Brasil, a hotelaria é uma das que apresenta maior expansão, houve a construção de inúmeros hotéis, principalmente nos grandes centros no período de 1990 a 2001, que marcou a expansão da hotelaria no Brasil. A indústria hoteleira no país está se expandindo a um ritmo acelerado, o aumento das viagens de negócios e do turismo de lazer foi estimulado, em particular, pela abertura da economia, e esses investimentos foram possíveis devido ao desenvolvimento de mecanismos e fontes de financiamento para novos projetos ligados ao setor, com destaque para o Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR) (GORINI; MENDES, 2005).

Os diferentes segmentos do mercado hoteleiro evoluíram de forma diferente. Alguns investimentos são mais influenciados pelo turismo doméstico, como hotéis três estrelas com tarifas mais baixas, outros são mais sensíveis ao turismo internacional, como resorts e hotéis cinco estrelas. O mercado hoteleiro deverá crescer a um ritmo mais rápido do que o resto da economia, praticamente não existem roteiros consolidados que promovam a alavancagem mútua do turismo nas diferentes cidades brasileiras projeto (MELLO; GOLDENSTEIN, 2011).

Os vários destinos turísticos nacionais terão também desempenhos diferenciados: uns crescerão mais, outros menos. Cada mercado local é um mercado específico e por isso deve ser analisado. Não existe uma solução única para os problemas do turismo no Brasil, as perspectivas para o desenvolvimento do turismo no Brasil são favoráveis. O cenário de crescimento e diversificação do turismo mundial, aliado aos eventos esportivos internacionais, serve de base para as projeções de expansão do turismo estrangeiro no Brasil, já o turismo interno, cujo crescimento já é uma realidade, também está em expansão projeto (MELLO; GOLDENSTEIN, 2011).

Para Castelli (2016), vivemos intensamente a era da sociedade prestadora de serviços, fato constatado pelas diversas contribuições ao Produto Interno Bruto (PIB) das principais nações do mundo. Nos diversos tipos de prestadores de serviços, o

trade turístico precisa de pessoas que façam a diferença e saber gerir as relações entre os colaboradores e a sua relação com os clientes é uma arte.

2.2 ESTAR PREPARADO PARA BEM RECEBER O VISITANTE

Muitas pessoas ao saírem de suas casas para viajar a diversos destinos, sendo para lazer ou negócios, tendem a passar longos períodos de tempo fora de suas casas, dessa forma, a necessidade em acomodações, alimentações e muitas vezes lugares para entretenimento ou espaços para interações são comumente procurados. Segundo a OMT o turismo é o conjunto de atividades realizadas por pessoas durante viagens e permanência em lugares distintos aos de sua residência por um período de tempo superior a um dia e inferior a um ano, mesmo que para apenas um dia o conjunto de serviços prestados deve estar disponível para o visitante (GORINI; MENDES, 2005).

Com o passar dos anos a demanda nos meios de hospedagem tem crescido e com isso houve um desenvolvimento nos serviços prestados no ambiente de hospedagem. Como apontam Oliveira e Souza (2018, p.04), “Com a expansão da atividade turística nos países os meios de hospedagem deixaram de oferecer única e exclusivamente acomodações ao hóspede”, dessa forma são expressivas as necessidades de ampliações na qualidade e variedade nas ofertas aos visitantes.

O bem receber está ligado diretamente nas opções ofertadas aos hóspedes, com isso, estar inserido nos mecanismos tidos como comuns em diversos destinos é preponderante para que haja um bom atendimento ao turista, como exemplo um hotel que está habituado com os deliveries dos hóspedes e sabe como articular essa relação entre o hóspede e sua compra (OLIVEIRA, SOUZA, 2018).

Atualmente a hotelaria, frente a um cenário cada vez mais competitivo com grandes redes trabalhando para conquistarem cada vez mais espaços, estar preparado para isso é identificar as necessidades desse mercado como aponta Almeida, Brambillia e Vanzella (2016):

Hoje, a hotelaria no Brasil se vê em meio a um mercado altamente competitivo, onde se preza por uma melhor qualidade nos seus serviços, decorrente de uma clientela cada dia mais exigente e que não busca apenas um lugar para se hospedar e alimentar-se, mas um lugar em que se sinta acolhido, despertando assim uma maior necessidade na qualificação de profissionais que compõem a organização hoteleira, além de serviços diferenciados (Almeida; Brambillia; Vanzella, 2016, p.39).

O setor hoteleiro luta para a sua sobrevivência e compreender as necessidades dos seus públicos alvos é de suma importância nesse processo de crescimento econômico (SANTOS, BARBOSA E KONISHI, 2011).

Com a crescente economia dos meios de hospedagem hoteleiras e analisando melhor os aspectos que configuram um espaço tido como apto para receber o cliente visitante, é possível identificar espaços de alimentações e interações sociais para esse turista, “é suficiente descrever as características da hotelaria como um estabelecimento que oferece hospedagem, alimentação e bebidas para os viajantes e residentes temporários” (SANTOS, BARBOSA; KONISHI, 2002 *apud* MEDLIK; INGRAM, 2011, P.02).

Na procura por meios de hospedagem o cliente valoriza aspectos tangíveis e intangíveis na sua experiência, segurança, qualidade em bar e restaurante, higiene, bom atendimento e boa recepção (SANTIAGO, 2013).

Com as configurações de melhorias nas obtenções de resultados relacionado a maior lucratividade de uma empresa ou um cenário melhor de trabalho para seus funcionários, o aprimoramento profissional quando identificada pela empresa fortifica a qualidade do seu produto ofertado. A educação corporativa surge com o intuito de fazer com que os colaboradores aprendam mais sobre a empresa na qual trabalham, além de técnicas novas e relevantes para aprimorarem seus conhecimentos e, com isso, gerarem mais lucros (CICHOCKI; SILVA, 2011).

Chichoki e Silva (2011) ainda apontam que relacionado a visão dos colaboradores, a empresa que possui maiores meios para um melhor ambiente de trabalho são melhor visto pelos mesmos. Dentro dos desempenhos organizacionais uma análise das empresas percebeu uma forma de levar a competitividade empresarial para um novo olhar, com fundamentações estratégicas relacionado aos recursos da empresa.

Como aponta Lacombe (2006), com um novo entendimento da análise comportamental e sistêmica dentro das organizações o foco na gestão de pessoal possibilitou identificar uma forma de aumentar resultados investindo mais nos

colaboradores. Como responsável pela gestão de pessoas, o setor de recursos humanos (RH) de uma empresa, possui papel chave na estratégia, no envolvimento dos profissionais e sobre como explorar os objetivos estratégicos para direcionar a gerência, o papel da liderança nas relações culturais de cada indivíduo na empresa como parte importante nos processos organizacionais, dessa forma é expressivo a necessidade estratégica do RH no investimento de pessoas para melhor análise de custos investimentos e retornos(LACOMBE, 2006).

O aprimoramento profissional é de vital importância para toda a experiência do hóspede no hotel, o contato entre as partes possui diversas etapas, desde a reserva até a avaliação do cliente nos pós *check out*, por isso estar preparado para todas essas etapas é o que vai determinar a fidelização do cliente ou o seu repúdio, como afirmam Santos, Barbosa e Konishi (2011). Nesse sentido, os funcionários representam a chave fundamental para todo e qualquer estabelecimento hoteleiro, visto que é através destes que o cliente terá tanto a primeira quanto a última impressão da qualidade dos serviços prestados.

Uma forma de melhor selecionar os colaboradores em entrevistas poderia auxiliar no processo de gestão de qualidade, também, mais focado na qualidade dos funcionário e não tanto para a quantidade destes, treinar cada colaborador de forma direcionada faria com que ele dentro de sua função seja o melhor possível, a criação do elo entre o empregador e o empregado também fortifica a motivação do colaborador com a empresa que o contratou, com essas melhorias consequentemente impactos expressivos na melhora da qualidade da prestação do serviço (SANTOS; BARBOSA; KONISHI, 2011).

2.3 CAPACITAÇÃO DOS COLABORADORES

Com o crescimento econômico e com as potencialidades que as empresas conseguiram observar, ao longo dos anos foi possível identificar que o mercado se transforma constantemente e com isso a necessidade do aprimoramento profissional, para acompanhar essa demanda, inerente nesse processo. Alencar e Guerreiro (2004) apontam que os resultados nas empresas quando analisados enfocam apenas nas reduções de custos e deixam de lado o resultado mais significativo da qualidade.

Abordando aspectos relacionados às potencialidades econômicas na hotelaria podemos destacar o marketing como uma ferramenta fundamental para o crescimento da demanda, segundo (Panosso Netto e Ansarah, 2009), ao se tratar de segmentação do turismo, aborda-se a estratégia de marketing pois é este quem define grande parte do fluxo turístico, compreender os segmentos potenciais no turismo mais voltado para a hotelaria potencializar a crescente econômica. É fundamental que o padrão de qualidade seja aceito pelos clientes que vão definir se o que é ofertado é válido dentro das suas opções.

No setor hoteleiro é comum que os padrões de qualidade sejam constantemente avaliados e com isso as exigências por parte da chefia aos colaboradores são constantes, porém com essa face das características inerentes às atribuições dos funcionários dentro de um hotel são recorrentes também um quadro de trabalhadores menos motivados com suas funções. Segundo Santos (2011) aspectos como baixos salários, grandes níveis de sazonalidade e baixos níveis de qualificações geram também elevada rotatividade de mão de obra nesse nicho de mercado de trabalho.

Santos (2011) ainda aponta o setor hoteleiro como sendo de uma natureza brutal e injusta, com pessoas sem instruções, desmotivadas, sem formação de baixa qualidade e produtividade ocupando os quadros de funcionários, colocando em risco os aspectos qualitativos do produto ofertado, sendo necessário manter um padrão de qualidade frente a um problema enraizado inicialmente aos mecanismos que tornam a oferta do produto possível.

Para Juran e Gryna (1991) a qualidade é tida como a ausência de falhas ou também, os produtos que vão de encontro com as necessidades dos clientes, uma vez que cada hospede procura sua satisfação de forma única, um atendimento pode ser tão importante quanto as acomodações da unidade habitacional (UH), a qualidade como algo que deve ser analisado de todas as formas desde a criação do produto e pôr fim a sua comercialização, a qualidade compromete diretamente na forma como o cliente percebe o produto.

O aprimoramento qualitativo é inerente ao comércio de qualquer produto mesmo um atendimento é como sendo parte do produto comercializado, a monitoria dos colaboradores é necessária já que sua existência dentro da empresa gera gastos

e outras atividade como a própria satisfação dos clientes (LACOMBE; ALBUQUERQUE, 2008).

O elemento humano é a chave no que se refere aos aspectos qualitativos, o investimento na melhoria do produto ofertado também é uma configuração na perspectiva de que a empresa hotel bem sucedida, como afirma Santos (2011), é aquela que sobressaem aspectos relacionados aos funcionários observando que as interações humanas jamais serão substituídas por máquinas tecnológicas.

A compreensão dos elementos sociais humanos auxiliam na identificação de necessidades para a empresa saber articular o lado dos colaboradores com ela mesma, a “administração” de um sorriso como aponta Guerrier (2000), relacionado aos aspectos hospitaleiros de um colaborador, devem ser de modo natural por se tratar de uma característica comportamental humana e individual, não se pode pedir para um colaborador um sorriso como se fosse pedir para ele erguer uma caixa ou apertar o botão para abrir a porta do elevador.

Identificando que tudo está ligado, qualidade, pessoas e como essa relação expressa impactos na oferta do produto da hotelaria, compreender que a motivação por parte dos colaboradores da empresa é fundamental, como apontam Ribeiro e Santana (2015), é necessário que as organizações tenham a visão da melhoria no ambiente de trabalho de seus colaboradores já que a satisfação destes é que influenciam no desempenho da empresa, antes desse estudo e análise as empresas preocupavam-se primeiramente e exclusivamente ao lucro.

Segundo Chiavenato (2004, p. 448): “A gestão da qualidade total nas organizações depende fundamentalmente da otimização do potencial humano”. E estudos recentes demonstram que a baixa motivação, falta de atenção, baixa produtividade e alta rotatividade dentro de uma organização estão ligadas a ausência de qualidade de vida no meio de trabalho. Com a grande competitividade do mercado, a empresa que percebe a importância dessa análise é uma empresa que está melhor se preparando nos aspectos organizações do hotel e sua obtenção de resultados (RIBEIRO, SANTANA, 2015).

Identificar quais aspectos específicos do que seria melhorias no ambiente de trabalho dos funcionários é uma tarefa difícil já que cada indivíduo possui suas próprias necessidades, como afirmam Ribeiro e Santana (2015), essas necessidades tem relação com a cultura de cada ser, porem ter uma boa gestão de qualidade nas

organizações do hotel é o que irá minimizar as necessidades do coletivo, tornando o ambiente mais produtivo.

Para que possamos compreender o que significa mensurar podemos observar que para Lozecky (2004) *apud* Guerreiro (1989), as sete etapas “básicas” tidas como necessárias abordam: Identificação dos tipos de decisões a serem tomadas, a informação que a empresa detém é chave para análise de cada variável e com isso criando alternativas; A identificação de sistemas relacionais empíricos, tratam de identificação das propriedades empíricas de sua natureza; Identificação das características da medição e de interesse ressaltando a necessidade na clareza na comunicação de informações como preços de custo e ou preço de venda para analisar precisamente toda a gestão do produto; A unidade de mensuração analisando economicamente; A base conceitual para mensurações faz um paralelo do cenário atual com futuro e como isso impacta na avaliação; Identificação de sistema relacional numérico relaciona objetos e ou eventos em unidades numéricas e a análise sistêmica do *purpose view* (informação adequada) e *factual view* (confiabilidade, validade e significado numérico) vendo a mensuração com fornecimento de informações precisas.

Entender a necessidade da avaliação de resultado possibilita que seja feito melhorias nas qualidades de cenários para os colaboradores e conseqüente melhorias no produto ofertado pela empresa como afirmam Santos, Barbosa e Konishi (2011).

É necessário ainda, uma melhor compreensão, conscientização e investimento nesse setor, visando não só a importância dos recursos humanos para o desenvolvimento do empreendimento, bem como a melhoria de sua qualidade e, conseqüentemente, sua competitividade no mercado, melhorando não só a qualidade de seus serviços prestados, mas também, e principalmente a qualidade de vida dos seus funcionários e da sociedade como um todo (SANTOS; BARBOSA; KONISHI, 2011).

Todas as relações entre clientes, funcionários e a sociedade parecem sempre estarem conectadas, é evidente que trabalhar em cima dessa análise de mensuração de resultado possibilita identificar falhas que se reparadas podem agregar valor para a empresa e para o seu produto, contudo agregar valor para a empresa, observado nos aspectos de uma gestão econômica como mencionado por Lozecky (2004,

p.113): “proporcionam geração de valor agregado e ampliações em diversos tipos de serviços”. Lozecky (2004, p.113) ainda aponta: “mensuração do resultado não é um processo simples, pois envolve muitas variáveis, específicas para cada atividade e está diretamente relacionada com os eventos realizados pela entidade avaliada”. Compreender as atuais configurações de qualidade do cenário em que a empresa se encontra possibilita estar apto as necessidades de um mercado que está em constante mudança.

2.3.1 A Importância Dos Treinamentos Aos Colaboradores

Com o treinamento é possível manter o desempenho e melhora-lo até atingir níveis aceitáveis (TANKE, 2004). As configurações das aptidões são fundamentais para o processo de aprimoramento do colaborador, é como uma cadeia sistêmica de informações que servem para habilitar o funcionário ou melhora-lo na função específica que ele ocupa (TANKE, 2004).

É possível com o treinamento evitar um desempenho insatisfatório ou também aproveitar as qualidades de um colaborador para uma possível promoção. Para Wagen e Davies (2001), um treinamento pode ser dividido em quatro etapas: Preparar, onde a identificação de possíveis obstáculos deve ser calculado, também o planejamento de como será o método de aplicação do treinamento levando em conta que cada pessoa capta uma informação de modo único e o mesmo vale para sua interpretação dessa informação, o segundo passo no processo de treinamento seria a Apresentação, etapa essa relacionado ao como fazer? Ensinar a pessoa que está no treinamento a importância de aquilo ser feito de determinada maneira, a Prática como sendo o terceiro passo no processo de treinamento é fundamental para a execução e para a confiança da pessoa em treinamento, já que, apenas com a prática será possível um aprendizado de qualidade, e por fim como quarto passo no processo de treinamento o empregar, etapa essa em que o supervisor vai avaliar as práticas do colaborador pós treinamento.

Com uma implementação de um programa de treinamento é possível maximizar os aspectos qualitativos da atmosfera hotel, como afirma Tanke (2004), tornando as opções hoteleiras mais seguras aos clientes e funcionários, prevenindo contra possíveis acidentes e aumentando a satisfação dos colaboradores diminuindo

custos em rotatividades, os treinamentos amplificam a satisfação de todos envolvidos na atividade hoteleira, Tanke (2004):

(...) melhor qualidade do atendimento aos clientes; maior camaradagem e senso de trabalho em equipe; maior qualidade; menos conflitos no trabalho; alívio do estresse e da tensão; menores rotatividade e faltas; melhor desempenho e, por conseguinte, custos menores; preparação dos empregados para promoção; melhor auto estima dos recursos humanos; sentido crescente de profissionalismo; melhor relacionamento entre os dirigentes e o quadro de pessoal; redução no número de acidentes; maior produtividade; melhor higienização e limpeza; menor fadiga; maior senso de segurança no trabalho; redução da supervisão necessária; ambiente de trabalho mais feliz; menor desperdício; alegria; moral mais elevado entre todas as pessoas; maior cooperação (TANKE, 2004, p.191).

Os benefícios dos treinamentos são vantajosos para ambos, funcionários e clientes, contudo, é evidente que para todos os benefícios apontados é necessário um planejamento minucioso na hora da aplicação do treinamento. Voltado para as configurações das capacitações a mensuração de resultados é fundamental para a percepção dos colaboradores e clientes no que tange um maior direcionamento da aplicabilidade dos treinamentos. Tanke (2004) diz que:

A finalidade de avaliar o programa de treinamento consiste em determinar se este cumpriu as metas e os objetivos. O método de treinamento e os resultados do programa de treinamento devem ser ambos avaliados. Os métodos precisam ser implantados para determinar se os objetivos de treinamento cumpridos.

Com isso a relevância na mensuração das capacitações desenvolvidas pela empresa é expressiva e com sua aplicação é possível potencializar melhorias nos treinamentos, visto que esse processo é contínuo e sem fim. Os sistemas de controles são eficazes e necessários para garantir que os níveis ou padrões de desempenhos sejam respeitados, os processos de qualidade devem estar ligados a satisfação do cliente, já que as atividades do hoteleiro como suas atribuições/funções se materializam no serviço que é prestado para esse mesmo cliente (MULLINS, 2004).

Além da formação técnico-científica, outro aspecto importante na formação de um profissional qualificado são suas qualidades humanas, ao lidar diretamente com o ser humano, buscando por meio da prestação de seus serviços a satisfação de suas necessidades e desejos, o empreendimento hoteleiro exigirá total engajamento pessoal por parte de seus funcionários, muitas das atividades realizadas exigirão iniciativa e criatividade (SANTOS; BARBOSA; KONISHI, 2011).

Compreender como se materializa o atual cenário dentro de uma empresa também é fundamental no processo de educação continuada, com isso o desenvolvimento de um questionário foi aplicado aos funcionários para compreender por parte dos colaboradores do hotel Ibis de Ponta Grossa, na data de aplicação a pesquisa, foi direcionada a quem possuía mais de 6 meses de trabalho dentro da empresa configurando um perfil de resposta mais preciso, já que, dentro da atmosfera hotel é recorrente grande fluxo de rotatividade de colaboradores.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A elaboração do meio metodológico é um estudo correlacional, com variações de análises, uma vez que o conjunto dos conteúdos selecionados para compreensão inicial serão concomitantes para o desenvolvimento da pesquisa e conclusão da ideia inicial.

O planejamento para compreender melhor um método para quantificar a perspectiva do colaborador no meio hoteleiro iniciou com análises teóricas de aspectos qualitativos no meio hoteleiro, a relevância das capacitações dentro das organizações hoteleiras.

A aplicação do questionário disponível no Apêndice 1, foi realizada no Hotel Ibis, unidade Ponta Grossa –PR. O mesmo foi entregue aos colaboradores em via impressa e posteriormente, os dados obtidos foram tabulados com auxílio do Google Formulários® e apresentados em forma de gráficos.

que conta com 25 colaboradores em seu quadro atual, respondido por 15 pessoas com mais de 6 meses na empresa, com o intuito de compreender do ponto de vista dos diversos setores em relação aos cursos ministrados pela empresa

A pesquisa baseou-se em análises desenvolvidas nos referenciais teóricos, bases bibliográficas para o desenvolvimento da pesquisa, apontando questões-chave para a percepção dos funcionários sobre os cursos de capacitação que receberam da empresa, na tentativa de melhorá-los ou motivá-los.

Este documento será uma fonte de referência para a adequação metodológica de instrumentos de coleta de dados para pesquisas aplicadas voltadas ao diagnóstico dos processos de treinamentos aos funcionários e seus impactos na educação continuada dentro das organizações hoteleiras. Ao sistematizar os aspectos a serem considerados em uma avaliação interna, com base teórico-conceitual, espera-se que os resultados deste estudo sejam utilizados em pesquisas aplicadas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Através da aplicação do questionário foi possível levantar uma série de informações relacionadas a ótica do colaborador sobre os cursos de capacitação recebidos na empresa. A Figura 1, mostra a resposta dos colaboradores em relação ao primeiro questionamento.

Figura 1: Gráfico demonstrando as respostas verificadas na primeira questão do questionário



Fonte: O Autor (2022)

Verificou que 93,3% dos colaboradores relataram ter recebido ao menos um treinamento desde que passaram a fazer parte da equipe, ou seja, apenas um relatou não ter passado por capacitação. É importante que todo indivíduo que passe a fazer parte do quadro de pessoal, passe por treinamento prévio, isso faz com que, o mesmo inicie suas atividades conhecendo o funcionamento da empresa, bem como sobre a forma adequada de desempenhar suas atividades (RODRIGUES, SERAFIM, et al., 2020).

A capacitação de colaboradores é importante por diversos motivos, tais como a melhora da produtividade, uma vez que, quando um colaborador é treinado, ele se torna mais eficiente e capaz de realizar suas tarefas de forma mais rápida e com menor taxa de erro. Outra questão é o aumento da satisfação e motivação. A capacitação pode ser vista como uma forma de investimento no desenvolvimento pessoal e profissional do colaborador, o que pode aumentar sua satisfação no trabalho e motivação para continuar aprimorando suas habilidades (SANTOS, 2011).

Pode também ser uma ferramenta para redução de custos, porque colaboradores capacitados têm menos chances de cometer erros e acidentes, o que pode levar a economias em termos de custos com reparos e danos (PEDREIRA, ANDRADE, TERADA, 2022). Além da manutenção da competitividade, uma vez que empresas que investem na capacitação de seus colaboradores estão mais preparadas para enfrentar a concorrência, uma vez que seus colaboradores estarão mais atualizados e aptos a lidar com as demandas do mercado (ZIESEMER et al., 2016)

A Figura 2, mostra os resultados quando segundo questionamento.

Figura 2: Gráfico demonstrando as respostas verificadas na segunda questão do formulário



Fonte: O Autor (2022)

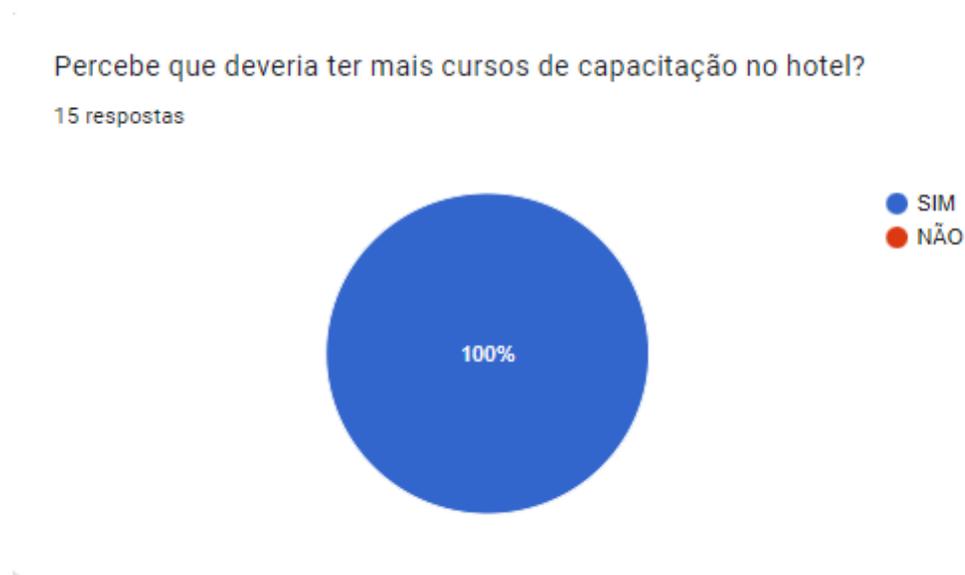
Quando questionados sobre o impacto do treinamento recebido na rotina de trabalho, 4 pessoas responderam que não.

A capacitação de colaboradores pode influenciar positivamente no trabalho diário de diversas maneiras, tais como: Aumento da produtividade e qualidade do trabalho, desenvolvimento de novas habilidades e conhecimentos, possibilitando a realização de tarefas mais complexas e variadas, melhora da motivação e engajamento dos colaboradores, que se sentem valorizados pela empresa, redução de erros e retrabalho, evitando prejuízos financeiros, melhora do clima organizacional, com um ambiente mais propício ao desenvolvimento pessoal e

profissional dos colaboradores. Portanto, investir na capacitação de colaboradores pode ser uma estratégia fundamental para o sucesso e crescimento de uma empresa (SILVA, 2021).

A Figura 3, expressa os resultados verificados em relação ao terceiro questionamento.

Figura 3: Gráfico demonstrando as respostas verificadas na terceira questão do formulário



Fonte: O Autor (2022)

Todos os colaboradores apontaram que sentem a necessidade de mais capacitações serem realizadas na empresa.

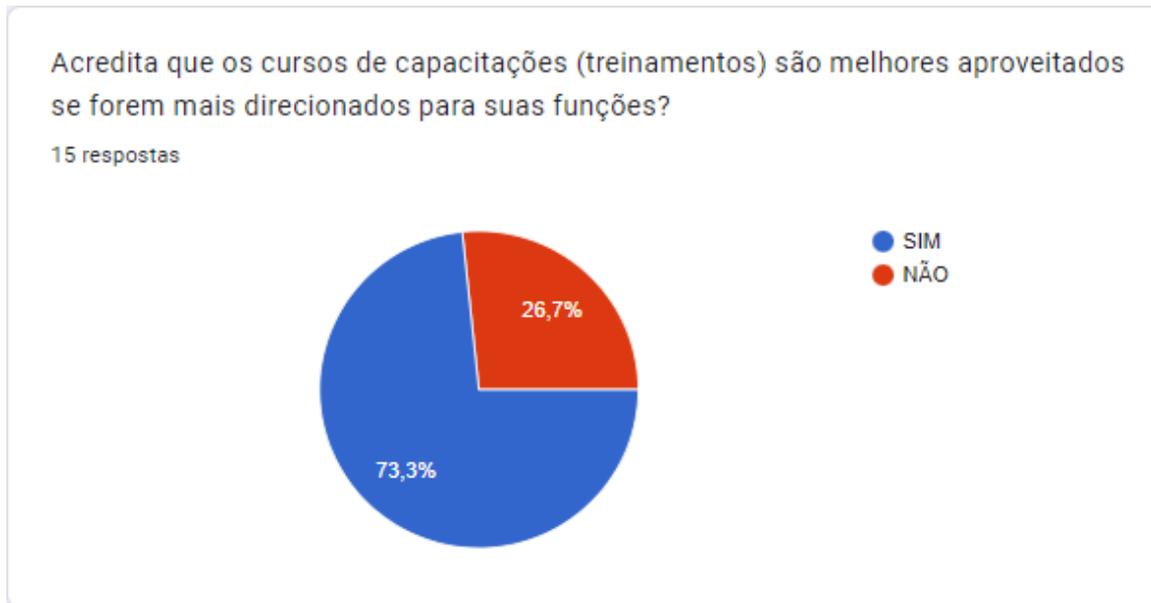
A falta de capacitação profissional pode ter diversos impactos negativos para o indivíduo e para a empresa, tais como a baixa produtividade e qualidade do trabalho, a dificuldade em realizar tarefas complexas e/ou novas demandas, a estagnação profissional, com poucas oportunidades de crescimento na carreira, o baixo engajamento e motivação, com reflexos no clima organizacional, a perda de competitividade da empresa no mercado, o aumento de erros e retrabalho, que podem gerar prejuízos financeiros e de imagem, a limitação do potencial de inovação e desenvolvimento da empresa (PINTO, 2017).

A falta de capacitação profissional pode comprometer tanto a vida do indivíduo quanto o desempenho e sucesso da empresa em que trabalha. É importante que empresas e profissionais estejam atentos à importância da capacitação constante

para o aprimoramento de suas habilidades e competências (PEREIRA, VASCONCELOS, 2018).

A Figura 4, apresenta as respostas do seguinte questionamento.

Figura 4: Gráfico demonstrando as respostas verificadas na quarta questão do formulário



Fonte: O Autor (2022)

Onze dos colaboradores acreditam que os treinamentos são melhores aproveitados quando direcionados a sua função.

O direcionamento do treinamento de colaboradores para sua função é importante porque possibilita o desenvolvimento de habilidades e competências específicas para a realização de tarefas relacionadas à função do colaborador, aumentando a eficiência e qualidade do trabalho. Promove a especialização e aprofundamento no conhecimento da área de atuação, tornando o colaborador mais qualificado para tomar decisões e resolver problemas relacionados à sua função. Ajuda o colaborador a entender melhor o papel que desempenha na empresa, contribuindo para sua motivação e engajamento com as metas e objetivos organizacionais (BAGATOLLI; KOPER, 2016).

Também reduz a necessidade de supervisão constante, pois o colaborador treinado é mais capaz de tomar iniciativas e resolver problemas relacionados à sua função. Possibilita uma melhor alocação de recursos financeiros e de tempo, pois o treinamento é direcionado para as necessidades específicas de cada função,

evitando gastos desnecessários com treinamentos que não agregam valor ao trabalho do colaborador (PEREIRA et al., 2018).

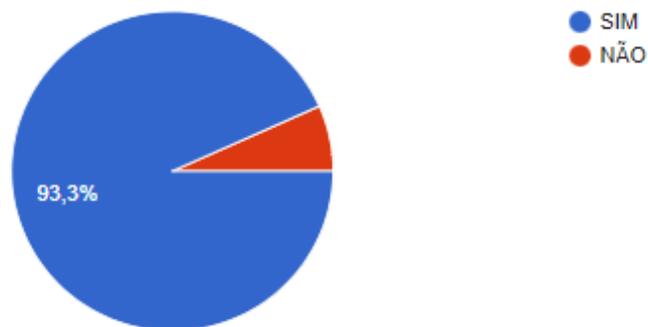
Em resumo, o treinamento direcionado para a função dos colaboradores é fundamental para o desenvolvimento de suas habilidades e competências, além de contribuir para o sucesso e crescimento da empresa.

Na Figura 5, é possível verificar a opinião dos colaboradores acerca do quinto questionamento.

Figura 5: Gráfico demonstrando as respostas verificadas na quinta questão do formulário

Os cursos de capacitações são melhores aproveitados se tiverem conteúdos diversos?

15 respostas



Fonte: O Autor (2022)

Apenas um colaborador assinalou que os cursos de capacitação não são melhores aproveitados quando conteúdos diversos são abordados.

Variar os assuntos durante a capacitação de colaboradores é importante porque possibilita a abordagem de diferentes aspectos da atuação do colaborador na empresa, incluindo habilidades técnicas e comportamentais, tornando-o mais completo e preparado para as demandas do mercado de trabalho. Contribui para o desenvolvimento de competências transversais, que são úteis em diferentes contextos profissionais, como liderança, trabalho em equipe, comunicação, gestão do tempo, entre outras. Torna o treinamento mais interessante e estimulante, mantendo a atenção e a motivação dos colaboradores, o que contribui para um aprendizado mais efetivo, ajuda a evitar a monotonia e a fadiga mental, pois a variedade de assuntos torna o treinamento mais dinâmico e agradável e atende às

necessidades e demandas específicas de cada colaborador, que possuem diferentes perfis e necessidades de capacitação (COSTA et al., 2015, MORAES, 2015).

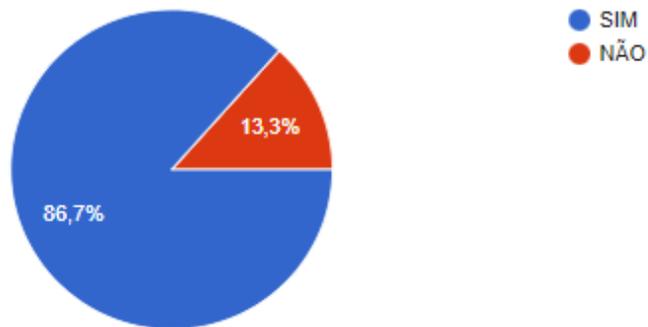
Diversificar os assuntos durante a capacitação de colaboradores é fundamental para a abordagem de diferentes aspectos do desenvolvimento profissional, tornando o treinamento mais completo e estimulante para os colaboradores, além de contribuir para um aprendizado mais efetivo.

Quando questionados se a qualidade do hotel está relacionada a qualidade do serviço dos colaboradores, obteve os seguintes resultados:

Figura 6: Gráfico demonstrando as respostas verificadas na sexta questão do formulário

A qualidade do hotel está ligado a qualidade da prestação de serviço dos colaboradores?

15 respostas



Fonte: O Autor (2022)

Apenas dois funcionários acreditam que a qualidade do hotel não está relacionada a qualidade do serviço dos colaboradores.

A qualidade de uma empresa está diretamente relacionada à qualidade do serviço prestado pelos seus colaboradores. Isso porque são os colaboradores que atuam diretamente na produção e entrega dos produtos ou serviços da empresa, e são eles que interagem com os clientes e parceiros de negócios (SCHWARZE, 2014)

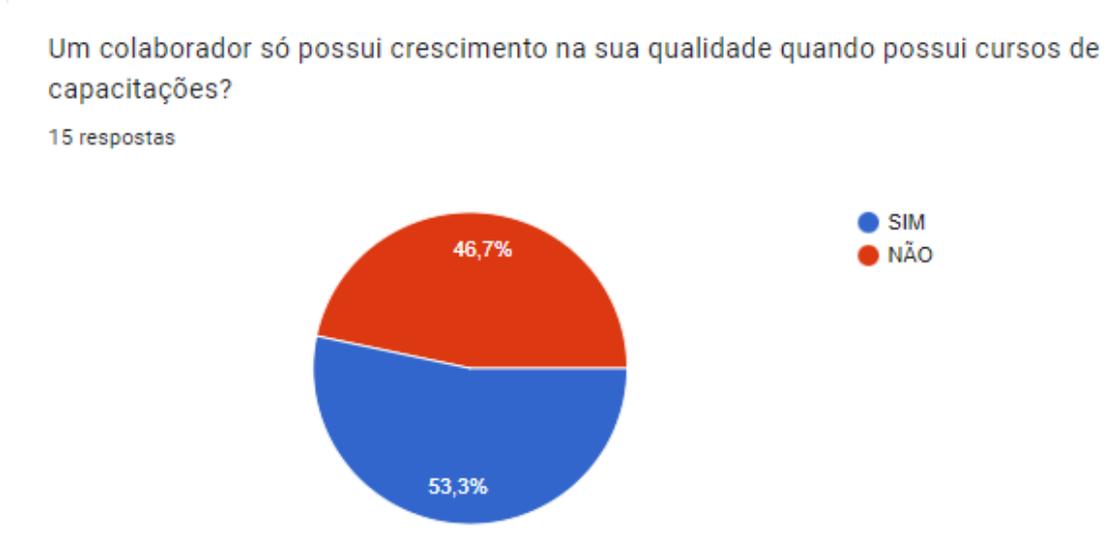
Quando os colaboradores estão capacitados e motivados para realizar suas atividades, eles tendem a desempenhar um trabalho de melhor qualidade, com mais eficiência, rapidez e precisão. Além disso, colaboradores que estão comprometidos com a empresa tendem a agir de forma proativa, buscando soluções para problemas e se dedicando a melhorar processos e resultados.

Por outro lado, quando os colaboradores não estão capacitados ou motivados, o desempenho da empresa pode ser prejudicado, o que pode levar a problemas como a insatisfação dos clientes, erros e retrabalho, baixa produtividade e qualidade do trabalho, além de perda de competitividade no mercado (SANTOS, 2011).

Dessa forma, é fundamental que as empresas invistam na capacitação e motivação de seus colaboradores para garantir a qualidade dos serviços prestados, a satisfação dos clientes e o sucesso da empresa como um todo.

E por fim, a Figura 7 demonstra os resultados do último questionamento.

Figura 7: Gráfico demonstrando as respostas verificadas na sétima questão do formulário



Fonte: O Autor (2022)

Mais da metade dos colaboradores apontaram que o crescimento na qualidade do serviço prestado só aumenta quando o mesmo passa por constante capacitação.

Não necessariamente a qualidade do serviço só aumenta se o colaborador receber capacitação, mas a capacitação é um fator fundamental para que os colaboradores possam desempenhar suas funções com mais qualidade e eficiência (ANTUNES, 2022).

A qualidade do serviço pode ser influenciada por vários fatores, como a cultura organizacional, os processos de trabalho, o ambiente de trabalho, entre outros. No entanto, a capacitação é um fator importante porque permite que os colaboradores possam adquirir novos conhecimentos, habilidades e competências, que são necessárias para a realização das atividades de forma mais eficiente e eficaz (ANTUNES, 2022, CROZATTI, 1998).

Com a capacitação, os colaboradores podem aprender novas técnicas, estratégias e práticas que podem contribuir para a melhoria do serviço prestado. Além disso, a capacitação pode contribuir para a motivação e engajamento dos colaboradores, o que pode aumentar a qualidade do serviço por meio do aumento da produtividade e do comprometimento com os objetivos da empresa (BUZZI, 2021).

A capacitação não é a única forma de aumentar a qualidade do serviço, mas é um fator importante que pode contribuir significativamente para a melhoria do desempenho dos colaboradores e para o sucesso da empresa.

De forma geral, o questionário aplicado, possibilitou verificar que os colaboradores do hotel, compreendem a importância da capacitação profissional dentro do ambiente de trabalho e seus apontamentos podem ser levados em consideração para se aprimorar e melhorar os processos de treinamento na organização.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao passar dos anos as demandas nos meios de hospedagem tem crescido e com isso houve um desenvolvimento nos serviços prestados no ambiente de hospedagem. A necessidade de ampliação da qualidade e variedade na oferta aos visitantes é expressiva, o acolhimento está diretamente ligado às opções oferecidas aos hóspedes.

Estar inserido nos mecanismos considerados comuns em diversos destinos, é preponderante para que haja um bom atendimento ao turista, um hotel que está acostumado a fazer entregas aos hóspedes e sabe articular essa relação entre o hóspede e sua compra, é um exemplo a ser seguido.

Com isso, o desenvolvimento da pesquisa possibilitou identificar alguns aspectos relevantes a serem considerados nos processos de treinamentos e capacitações internas no hotel Ibis de Ponta Grossa-PR, como a necessidade da implantação de um sistema mais rigoroso de treinamento, fazendo com que todos os colaboradores passem por treinamento prévio antes do início de sua função e o direcionamento das capacitações de acordo com as características da função.

Levando em conta de que a qualidade do serviço prestado está relacionada ao desempenho do colaborador, a capacitação do mesmo é fundamental na busca pela excelência do serviço ofertado.

Dessa forma, através do resultado da aplicação do questionário para o desenvolvimento dessa pesquisa foi possível identificar que os funcionários do hotel Ibis de Ponta Grossa PR, possuem em sua maioria contato com cursos de capacitações, percebendo a importância dos treinamentos no dia a dia da empresa, e demonstrando o interesse em receber capacitações constantes de modo que os conhecimentos sejam diversificados, ampliando seus conhecimentos e os aprimorando cada vez mais.

Com o crescimento econômico e o potencial que as empresas puderam observar ao longo dos anos, foi possível identificar que o mercado está em constante mudança e com isso a necessidade de aperfeiçoamento profissional, com os dados obtidos na presente pesquisa existe a afirmativa de que o hotel Ibis está no direcionamento correto rente as necessidades do mercado, percebendo que a qualidade dos serviços prestados estão sim relacionado diretamente as capacidades

dos funcionários e compreendem a educação continuada no dia a dia das funções dos colaboradores. Recomenda-se, para pesquisas futuras, o desenvolvimento de mais pesquisas relacionados ao tema hotelaria e programas de capacitação em suas organizações.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, R. C. de; GUERREIRO, R. A MENSURAÇÃO DO RESULTADO DA QUALIDADE EM EMPRESAS BRASILEIRAS. **Revista Contabilidade & Finanças**, 30 jun. 2004.

ALMEIDA, D. W. G. de; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. A evolução histórica da hotelaria na cidade de João Pessoa: uma revisão bibliográfica. **Revista Mangaio Acadêmico**, 1 jun. 2016.

ANDRINO, D. D. **Qualidade de serviços na hotelaria: recomendações práticas para desempenho superior**. 2017. 1–57 f. Projeto de Graduação – Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

ANTUNES, V. G. **O impacto da comunicação interna na percepção da cultura organizacional em contexto de teletrabalho-estudo de caso: rtp-rádio e televisão de portugal**. 2022. 145 f. Dissertação – Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Universidade Católica Portuguesa, 2022.

BAGATTOLI, S. L., KOPPER, G. C. M. Treinamento e desenvolvimento de pessoal: agregando valor às pessoas e à organização", **Navus**, v. 6, n. 2, p. 106–120, 2016. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350454046009>.

BOTELHO, A. G. **Hospitalidade Brasileira: uma característica cultural ou um mito fundador?** 2011. 32 f. Trabalho de conclusão de curso – USP, São Paulo, 2011.

CASTELLI, G. **GESTÃO HOTELEIRA**. 2º. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. 496 p.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas - 2. Ed.** Rio de Janeiro: Campus, 2004.

CICHOCKI, Angélica; SILVA, Marcelo. Universidades corporativas: a experiência da rede ACCOR de hotéis em porto alegre – rs. **V fórum internacional de turismo do iguassu**, p. 1-14, 16 jun. 2011.

COSTA, A. de S. C., SANTANA, L. C. de, TRIGO, A. C. **Qualidade do atendimento ao cliente: um grande diferencial competitivo para as organizações**, v. 02, p. 155–172, 2015.

COSWOSK, É. D., ROSA, C. G. S., CALDEIRA, A. B., et al. Continuing education for the health professional in Health waste management, **Revista Brasileira de Análises Clínicas**, v. 50, n. 3, 2018. DOI: 10.21877/2448-3877.201800645.

CROZATTI, J. Modelo de gestão e cultura organizacional: conceitos e interações, **Caderno de Estudos**, n. 18, p. 01–20, ago. 1998. DOI: 10.1590/S1413-92511998000200004.

ERHART, A. C., BOHRER, J. de O. **Serviços de hotelaria hospitalar: Uma abordagem prática para implantação**. 2007. 90 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

FALCÃO DE OLIVEIRA, C. T., EMÍLIO, P., MARTINS, M. **A Hospitalidade e Cordialidade Brasileira: o Brasil percebido por estrangeiros**. Revista Tursimo em Análise, v.20, n.02, São Paulo, 2009.

FERREIRA, J. P., DIAS, M. J. Veículos Elétricos e Híbridos: História e perspectivas para o Brasil, **Revista ETIS**, v. 3, n. 1, p. 40–55, 2021. Disponível em: <http://periodicos.unievangelica.edu.br/etis40>.

GEORGE, R. **Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases**, Google Livros. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oUgtEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=george+inn+hotel&ots=zZc3JxhQFX&sig=DcTnybGweNcQLI6TNdHa0otpA5g#v=onepage&q=george%20inn%20hotel&f=false>. Acesso em: 12 fev. 2023.

GORINI, A. P. F.; MENDES, E. Da. F. **Setor de turismo no Brasil: segmento de hotelaria**. In: SETOR de turismo no Brasil: segmento de hotelaria. 2005. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2188/1/BS%2022%20Setor%20de%20Turismo%20no%20Brasil_P.pdf. Acesso em: 1 nov. 2022.

PINTO, M. O impacto de programas de capacitação profissional no clima organizacional das micros e pequenas empresas. São Paulo, 2017. Disponível em: <https://repositorio.pgsskroton.com/bitstream/123456789/13826/1/ARIANE%20DE%20MORAES%20PINTO.pdf>. Aceso em: 14 Fev 2023.

GUERRIER, Y. **Comportamento organizacional em hotéis e restaurantes**. Ed.1 Editora futura, Rio de janeiro, 2000.

JURAN, J. M.; GRZYNA, F. M. Controle da qualidade handbook: conceitos, políticas e filosofia da qualidade. 4. ed., v. 1. São Paulo: Makron Books, 1991.

LACOMBE, B.M.B. Avaliação e mensuração de resultados em gestão de pessoas e a relação com o desempenho organizacional: um estudo com as maiores empresas brasileiras. **FGV-EAESP/GVPESQUISA**, p. 1-196, 1 jan. 2006.

LACOMBE, B.M.B; ALBUQUERQUE, L.G de. Avaliação e mensuração de resultados em gestão de pessoas: um estudo com as maiores empresas instaladas no Brasil. **Revista de Administração - RAUSP**, p. 5-16, 1 mar. 2008.

LOZECKY, J. Mensuração do Resultado. Revista Contemporânea de Contabilidade, p. 97-114, 1 jan. 2004.

OLIVEIRA, M.G.D.; SOUZA, P.A.R.D. Turismo e meios de hospedagem: uma revisão sistemática de teses e dissertações de 2000 a 2016 no Brasil”, **Revista Turydes: Turismo e Desarrollo**, n. 24, 2018. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/turydes/24/turismo-meios-hospedagem.html>

MELLO, G.; GOLDENSTEIN, M.. Perspectivas da hotelaria no Brasil. **Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social**, 1 mar. 2011. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/1509/3/A%20BS%2033%20Perspectivas%20da%20hotelaria%20no%20Brasil_P.pdf. Acesso em: 3 nov. 2022.

MORAES, S. C. da C. **A importância da capacitação continuada para os membros da perícia oficial do estado de alagoas**, 2015. Disponível em: <https://dspace.mj.gov.br/bitstream/1/4688/1/A%20Import%C3%A2ncia%20da%20Capacita%C3%A7%C3%A3o%20Continuada%20para%20os%20Membros%20da%20Per%C3%ADcia%20Oficial%20do%20Estado%20de%20Alagoas.pdf>. Acesso em: 14 Fev 2023.

MOTTA, B. S. da, EDLER, M. A. R. Evolução Histórica no setor Hoteleiro, **Anais do XXIV Seminário Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**, p. 1–10, 2019. Disponível em: https://home.unicruz.edu.br/seminario/anais/anais-2019/XXIV%20SEMINARIO%20INTERINSTITUCIONAL/Mostra%20de%20Iniciacao%20Cientifica/Ciencias%20Sociais%20e%20Humanidades/TRABALHO%20COMPLETO/EVOLU%C3%87%C3%83O%20HIST%C3%93RICA%20NO%20SETOR%20HOTELEIRO_8911.pdf. Acesso em: 12 fev. 2023.

MULLINS, Laurie J. **Gestão da Hospitalidade e comportamento**. 2004.

OLIVEIRA, G. S. de, SOUSA, H. de M. Qualidade de vida no trabalho: fatores que influenciam a produtividade nas organizações", **Rev. Campo do Saber**, v. 4, n. 2, p. 32–41, 2018. .

PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G.R. Segmentação do Mercado Turístico: estudos, produtos e perspectivas. Barueri, SP: Manole, 2009.

PAULA, A., GORINI, F., DA, E., et al. **Setor de turismo no Brasil: segmento de hoteleira**. 2005. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/bibliotecadigital>. Acesso em: 12 fev. 2023.

PEREIRA, D. G., BASTOS, F. C. C., MARIOT, G. da B. Treinamento e desenvolvimento, **Revista Vianna Sapiens**, v. 9, n. 2, p. 27, 21 dez. 2018. DOI: 10.31994/rvs.v9i2.267.

PEREIRA, G. F. dos S., VASCONCELOS, R. A. de. A importância da qualidade de vida no trabalho para as organizações, **Multivix Cariacica**, v. 12, p. 12, 2018. Disponível em: <https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2018/12/a-importancia-da-qualidade-de-vida-no-trabalho-para-as-organizacoes.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2023.

PEREIRA, R. G., ANDRADE, R. L. de, TERADA, V. B., et al. Redução de custos na gestão de planos de saúde da empresa j. Macêdo s.a. **Revista Práticas em Contabilidade e Gestão**, v. 10, n. 2, 2022. DOI: 10.5935/2319-0485/praticas.v10n2e15017.

RIBEIRO, L.A; SANTANA, L. C de. Qualidade de vida no trabalho: fator decisivo para o sucesso organizacional. **Revista de Iniciação Científica – RIC Cairu**, 1 jun. 2015.

RODRIGUES, A. S., SERAFIM, G. G., BARROS, M., et al. Capacitação dos funcionários públicos para atendimento na área da saúde: um estudo de caso em Santa Bárbara-MG, LIBERTAS: **Rev. Ciênci. Soc. Apl**, v. 10, n. 1, p. 48–77, 2020. .

ROIM, T.P.B; PEREIRA, J.I.M. A classificação hoteleira e sua importância para a qualidade dos serviços prestados pelos meios de hospedagem. **Revista científica eletrônica de turismo**, 1 jun. 2012.

SAAB, W.G.L; DAEMON, I. G. O SEGMENTO HOTELEIRO NO BRASIL. BNDES setorial, Rio de Janeiro, 1 mar. 2001.

SANTIAGO, F. F. O papel da qualificação profissional no desenvolvimento do turismo: levantamento das necessidades empresariais dos ramos de gastronomia e hotelaria do município de Ubatuba – SP. 2013. Dissertação (Mestre) - universidade de taubaté, 2013.

SANTOS, D.L.A dos. As Qualificações dos Profissionais da Hotelaria em Cabo Verde: O Caso da Ilha de Santiago. 2011. Dissertação (Mestre) - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2011.

SANTOS, R.A dos; BARBOSA, T.P ; KONISHI, L. O processo de capacitação profissional no setor hoteleiro. *Revista científica eletrônica de turismo*, 1 jun. 2011.

SOUZA, C. T. C. de, CRUZ, T. M. da, MENEZES, M. B. de C. Treinamento e desenvolvimento de competências no setor hoteleiro, **Cadernos de Graduação**, v. 1, n. 17, p. 11–24, 2013. .

TANKE, Mary L. Administração de recursos humanos em hospitalidade. 2ª Ed. Cengage, 2004.

THÂNIA, M., CRUZ, S., ORG. Gestão de Pessoas no Século XXI: Desafios e Tendências para além de modismos. 1. ed. São Paulo, 2019.

TOMÉ, L.M . Panorama do setor hoteleiro no Brasil. **Caderno setorial ETENE**, 1 jan. 2018. Disponível em: https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/bitstream/123456789/1040/1/2018_CDS_53.pdf. Acesso em: 14 Fev 2023.

WAGEN, L. V. D; DAVIES, C. Supervisão e liderança em turismo e hotelaria. 2001.

ZIESEMER, K. K. A., MOURA, M. C. L. de, GOMES, R. L. R. A importância do treinamento, **Observatório de la economia latinoamericana**, p. 1–11, 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/360933027>.

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO DE Avaliação de funcionário relacionado aos cursos de capacitações



Funcionário(a) _____ data: _____

Cargo: _____ Tempo no cargo atual: _____

Responda o questionário abaixo, as alternativas são de 0 até 5.

Desde que começou a trabalhar no hotel teve cursos e treinamentos na empresa?

sim não

Os cursos que recebeu tiveram um impacto significativo no dia a dia das suas atividades dentro da empresa?

0, 1, 2, 3, 4, 5

Percebe que deveria ter mais cursos de capacitação no hotel?

sim não

Acredita que os cursos de capacitações (treinamentos) são melhores aproveitados se estes forem mais direcionados para suas funções?

0, 1, 2, 3, 4, 5

Os cursos de capacitações são melhores aproveitados se tiverem conteúdos diversos?

0, 1, 2, 3, 4, 5

A qualidade do hotel está ligado a qualidade da prestação de serviço dos colaboradores?

0, 1, 2, 3, 4, 5

Um colaborador só possui crescimento na sua qualidade quando possui cursos de capacitações?

0, 1, 2, 3, 4, 5