

A COMUNICAÇÃO COM HÓSPEDES ESTRANGEIROS

Um comparativo de dois hotéis da rede Accor na Costa Verde & Mar

Ana Beatriz Franzoi¹; Stéphanne Camille Cohls²; Andréa Cristina Gomes Monteiro³

RESUMO

Este estudo buscou analisar como é dada a comunicação entre os turistas estrangeiros e os colaboradores de dois hotéis da rede Accor em situação de recepção, na região Costa Verde e Mar, de Santa Catarina. Esta pesquisa foi qualitativa e composta por entrevistas abertas, com os responsáveis pelas contratações dos recepcionistas dos hotéis selecionados da rede, onde foram coletadas informações referentes aos perfis e políticas de contratação dos colaboradores. Também foram entregues questionários semi-estruturados para os recepcionistas que atuam nos hotéis A e B, com os quais foram coletados os idiomas falados por esses, os idiomas que tiveram contato e os mecanismos utilizados por eles na comunicação com hóspedes estrangeiros. Os dados da entrevista foram cruzados com os dados do questionário, o que possibilitou entender que mesmo que os dois hotéis não possuam uma política formalizada sobre a comunicação com hóspedes estrangeiros, eles demonstram preocupação em relação ao tema.

Palavras-chave: Comunicação.Recepção.Colaboradores.Hóspede estrangeiro.

INTRODUÇÃO

O Brasil, apesar de ser um país mundialmente atrativo para turistas, apresenta entraves na recepção de turistas não falantes de língua portuguesa (MORETTO; SCHMITT, 2008). Nesse sentido, observar a comunicação entre os turistas estrangeiros e os meios de hospedagem se torna algo a ser considerado de forma a otimizar a recepção de estrangeiros no Brasil, especialmente em Santa Catarina.

Segundo pesquisa realizada pela Fecomércio em 2018, a região turística Costa Verde e Mar recebeu grande parte dos turistas estrangeiros que vieram ao litoral catarinense, no verão de 2018 (G1, 2018). Essa região é considerada um território turístico detentor de inúmeras opções de lazer e entretenimento, belezas naturais, gastronomia temática, manifestações culturais e compras em Santa

¹ Estudante do curso Técnico Integrado a Hospedagem, IFC - Campus Camboriú (anabeatriz0408@gmail.com)

² Estudante do curso Técnico Integrado a Hospedagem, IFC - Campus Camboriú (cohlsstephannye@gmail.com)

³ Mestre em Educação, Docente do IFC - Camboriú e Orientadora do estudo, IFC - Campus Camboriú (andrea.monteiro@ifc.edu.br)

Catarina (COSTA VERDE & MAR, 2015), o que motivou a realização deste estudo que teve como objetivo analisar como é dada a comunicação entre os turistas estrangeiros e os colaboradores de dois hotéis da rede Accor em situação de recepção, na região Costa Verde e Mar.

Dessa forma, sabendo do grande número de hóspedes não falantes de língua portuguesa que se hospedam no Estado, e da necessidade de aliar a qualidade dos serviços oferecidos no local à globalidade do perfil dos turistas que se recebe, faz-se importante identificar como os meios de hospedagem se organizam enquanto espaços de atendimento desses turistas estrangeiros, tanto no que se refere ao atendimento na língua nativa, como em programas de formação de colaboradores para melhor atender hóspedes de outras nacionalidades.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método de pesquisa utilizado para este estudo foi a pesquisa qualitativa, pois nos possibilitou a compreensão aprofundada das relações, visto que não havia como saber de modo imediato como se dá a relação recepcionista e hóspede estrangeiro ou mesmo as relações entre colaborador e hotel no que consta a comunicação em língua estrangeira. Ao escolher uma abordagem interativa e compreensiva dos dados, selecionamos duas ferramentas para a geração de dados: duas entrevistas com as responsáveis pela contratação de recepcionistas dos hotéis A (Balneário Camboriú) e B (Itajaí), as quais foram realizadas respectivamente com a gerente e com a coordenadora de recepção; e questionários que foram respondidos pelos colaboradores que atuam na recepção desses hotéis.

Para podermos compreender a visão dos hotéis da rede Accor pertencentes à Costa Verde e Mar foi feito o uso de uma entrevista (BARROS; LEHFELD, 2012) por meio da qual, identificamos o processo de contratação, perfil dos colaboradores e como a rede entende a questão da comunicação entre hóspede estrangeiro e colaborador.

Posteriormente, foram desenvolvidos questionários através da ferramenta *google forms* e aplicados com os colaboradores que atuam na recepção dos hotéis estudados. Optamos pelo uso de um questionário para a geração de dados com os colaboradores em virtude de ser um instrumento que pode ser respondido facilmente

pelos mesmos, dessa forma foram recolhidos 11 questionários (seis no hotel A e cinco no hotel B). Os dados obtidos através desses questionários foram tabulados diretamente do *google forms* e foram analisados em consonância com o referencial teórico que aborda a comunicação entre pessoas que falam diferentes línguas. Já as entrevistas foram gravadas e transcritas. A entrevista também foi um complemento ao questionário respondido pelos colaboradores. Por meio desta análise podemos observar como cada um percebe o tema estudado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em conversa com a gerente do hotel A, pode-se observar que mesmo o espanhol sendo requisito para a região da Costa Verde & Mar, o inglês ainda é mais requerido por ser um idioma mundialmente falado. Já no hotel B, não há exigência de fluência, mas há a solicitação de que o recepcionista apenas entenda ou possua um grau mínimo em inglês ou espanhol, pois “as línguas estrangeiras são de extrema importância para quem trabalha na área de turismo e, conseqüentemente, para quem atua no ramo hoteleiro, principalmente em regiões turísticas” (SILVA JÚNIOR; CASTELLAR, 2018). Fato que pode ser percebido diante da quantidade de turistas recebidos nas respectivas cidades dos hotéis analisados.

Em ambos os hotéis, os dados das entrevistas demonstram que os colaboradores possuem formação no setor hoteleiro, o que evidencia a preocupação nos requisitos de contratação de pessoas que possuam além da experiência, conhecimento teórico na área a qual atuam. Vale destacar a intenção de continuidade na carreira, o que pode se dar pela existência de cursos técnicos e superiores presentes na região estudada, de forma a motivar jovens a procurar esta área de estudo. Através dos dados das entrevistas infere-se que os estudantes da área hoteleira são tão apreciados nas recepções dos hotéis quanto as pessoas com experiência na área, o que nos mostra a importância do estudo e da especialização no serviço hoteleiro, especialmente por este ser um setor de rápidas mudanças e inovações de serviços, que são elaborados para o desenvolvimento de um melhor atendimento ao hóspede (MAPA DAS FRANQUIAS, 2015). Notou-se, ao analisar as entrevistas que o hotel A busca a implantação de cursos de qualificação, enquanto o

hotel B executa orientações e cursos periodicamente, demonstrando que esse hotel busca adaptar-se continuamente às eventuais necessidades do mercado.

Comparando as entrevistas, também conseguimos perceber que mesmo os hotéis não custeando as despesas de cursos de idiomas, eles preocupam-se com a qualificação em línguas dos colaboradores. Segundo a responsável pela contratação do hotel B, é repassado aos colaboradores, tanto as informações de descontos oferecidos pelo Sindicato dos Empregados no Comércio Hoteleiro, Bares, Restaurantes e Similares de Balneário Camboriú e Região (Sechobar), quanto os possíveis planos de convênios com escolas de idiomas ou professores particulares.

Nos 11 questionários recolhidos nos hotéis estudados, vimos que 90,9% dos recepcionistas são do gênero feminino, o que nos mostra uma visão que a sociedade pode possuir em relação ao trabalho do recepcionista na hotelaria no país, pois enquanto no exterior o cenário é facilmente composto por pessoas de ambos os gêneros, aqui ainda se observa ser um trabalho mais feminino.

Outro dado analisado foi que todos os 11 colaboradores falam dois ou mais idiomas, sendo estes principalmente o inglês (dez) e o espanhol (seis). E mesmo com algum grau desses idiomas já estudados, eles ainda possuem vontade de aprender mais idiomas, se possível com o apoio dos hotéis nos quais atuam, o que mostra a importância dos meios de hospedagem auxiliarem seus colaboradores no processo de formação. Ao falar o idioma dos turistas, como o espanhol, que possui um grande fluxo na nossa região, o atendimento ao hóspede poderá ser melhor e mais satisfatório, por poderem responder às dúvidas e informações solicitadas.

Tendo em vista a aspiração em aprender novos idiomas, foi analisado também os idiomas de interesse, que em média, além dos habituais inglês e espanhol, foram assinaladas línguas de origem europeia, como italiano (seis) e francês (sete), o que inferimos ser idiomas utilizados nos hotéis devido ao fluxo de turistas que vem ao Estado a negócios.

Mesmo todos os recepcionistas afirmando que a fala é usada com maior frequência, pois recebeu 10 de 11 respostas, há situações que são necessários diferentes mecanismos para poder esclarecer as dúvidas e auxiliar seus hóspedes. Nesse sentido, é interessante reparar no uso de tradutores *online* (oito) o que mostra como a tecnologia móvel pode auxiliar nas viagens, especialmente se o colaborador

ainda não tem conhecimento sobre o idioma falado por um hóspede específico. Os tradutores *online* podem ser a maneira mais rápida de resolver o problema de comunicação entre os dois causando o menor transtorno possível à ambos. Mas além desse mecanismo, vimos a quantidade de uso de outros meios como apontar (dez), gesticular (oito), escrever (oito), chamar outro colaborador (oito) e misturar idiomas (sete) que podem vir a ser usados em momentos de pouca compreensão entre o turista e o recepcionista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise dos dados obtidos pode-se perceber que o perfil dos colaboradores dos hotéis A e B é composto por mulheres entre 18 a 30 anos, com formação superior, na maioria em Turismo e Hotelaria, e falantes de um segundo idioma. Essas características, em parte, são ocasionadas devido aos pré-requisitos de contratação dos hotéis estudados, os quais são a língua estrangeira, principalmente o inglês ou um mínimo grau de espanhol, estudantes ou profissionais já formados na área hoteleira e pessoas com experiência no setor.

No que consta a comunicação com hóspedes em língua estrangeira, entende-se que os colaboradores dos hotéis da Rede Accor, na região estudada, se comunicam de diversas maneiras com os hóspedes estrangeiros, tendo como principal mecanismo a fala, pelo fato de todos os recepcionistas falarem um segundo idioma. Além disso, a ação de apontar, escrever, gesticular, pedir ajuda para outro colaborador ou até usar tradutores on-line também são utilizados pelos recepcionistas dos hotéis. Dentre os idiomas que os colaboradores já tiveram contato dentro do hotel foram encontrados além de o inglês e o espanhol, que são presenciados com bastante frequência, o francês e o alemão.

Também considera-se que não há políticas formalizadas de formação que auxiliem os recepcionistas na comunicação com os hóspedes estrangeiros, entretanto, no hotel B foi dada a informação de orientações e cursos que podem auxiliar e personalizar os serviços prestados no hotel perante a demanda e necessidades específicas de determinados períodos do ano. Sendo assim, percebe-se que embora os hotéis pesquisados não possuam rigorosa organização no que se refere à comunicação entre hóspedes estrangeiros e colaboradores em situação de

recepção, eles estão preocupados com a comunicação em língua inglesa que pode ser utilizada como idioma franco de comunicação.

REFERÊNCIAS

BARROS, A. J. P. de; LEHFELD, N. A. S. **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas**. Petrópolis: Editora Vozes, 21 ed., 2012. 102 p.

COSTA VERDE & MAR. **Sobre**. 2015. Disponível em:
<<http://www.costaverdemar.com.br/index.php/sobre/>>. Acesso em: 27 out. 2018.

G1. **Número de turistas estrangeiros em SC aumenta mais do que o dobro em relação à temporada anterior, diz pesquisa**. 2018.
Disponível em: <<http://lnnk.in/mNz>>. Acesso em: 02 ago. 2018.

MAPA DAS FRANQUIAS. **Fluência em outros idiomas e habilidades com tecnologia são competências primordiais para atuar no segmento**. 2015.
Disponível em: <<http://lnnk.in/mkF>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

MORETTO NETO, L. M.; SCHMITT, V. G. H. Comportamento do consumidor no turismo: o turista estrangeiro em Florianópolis - Santa Catarina, Brasil. **RTA Revista Turismo em Análise**. Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 388-403, dez. 2008. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14161/15979>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

SILVA JÚNIOR, A. F. da; CASTELLAR, T. M. Uso de línguas estrangeiras por recepcionistas e messageiros de uma rede hoteleira de Nova Iguaçu-RJ. **Cadernos de Aulas do LEA**. Santa Cruz. n.7, dez. 2018, p. 40-59.
Disponível em: <<https://periodicos.uesc.br/index.php/calea/article/view/2084>>. Acesso em: 27 de jun de 2019.