

Análise comparativa do atendimento e tecnologia em 2 hotéis nos setores de recepção, reservas e governança**Comparative analysis of service and technology in 2 hotels in the reception, reservation and governance sectors**

DOI:10.34117/bjdv5n7-077

Recebimento dos originais: 10/05/2019

Aceitação para publicação: 28/06/2019

Lucas Miranda Barreto

Graduando em Administração pelo Centro Universitário das Américas
FAM – SP Faculdade das Américas
End.: Rua Augusta nº 1.508 CEP 01304-001 – Consolação – S. Paulo – SP
E-mail: lukinhasbarreto@hotmail.com

Mariana Goncalves

Graduanda em Administração pelo Centro Universitário das Américas
FAM – SP Faculdade das Américas
End.: Rua Augusta nº 1.508 CEP 01304-001 – Consolação – S. Paulo – SP
E-mail: marianags96@hotmail.com

Mateus Alves Da Silva

Graduando em Administração pelo Centro Universitário das Américas
FAM – SP Faculdade das Américas
End.: Rua Augusta nº 1.508 CEP 01304-001 – Consolação – S. Paulo – SP
E-mail: mateusalvesdasilva.r1@gmail.com

Mayara Lima Mendes

Graduanda em Administração pelo Centro Universitário das Américas
FAM – SP Faculdade das Américas
End.: Rua Augusta nº 1.508 CEP 01304-001 – Consolação – S. Paulo – SP
E-mail: maylm2103@gmail.com

Raphael Azevedo

Graduando em Administração pelo Centro Universitário das Américas
FAM – SP Faculdade das Américas
End.: Rua Augusta nº 1.508 CEP 01304-001 – Consolação – S. Paulo – SP
E-mail: rcostadeazevedo@gmail.com

Me. Peri da Silva Santana

Mestre em Engenharia e Graduado em Administração e Sociologia
Centro Universitário das Américas - FAM – SP Faculdade das Américas
End.: Rua Augusta nº 1.508 - CEP 01304-001 – Consolação – S. Paulo – SP
E-mail: prof.peri@yahoo.com.br

RESUMO

No presente trabalho o objetivo geral é um estudo de caso, abordando a evolução e inovação no setor hoteleiro no Brasil, será relatado como os hotéis têm inovado, buscando melhorias nos seus processos, desde a solicitação da reserva, ao atendimento dos hóspedes nos hotéis. Será apresentado um estudo comparativo, de 02 hotéis na região central de São Paulo- SP, detalhando, os processos de cada setor desde a solicitação da reserva, ao processo de liberação dos apartamentos, em nenhum dos hotéis foi observado reclamações referente ao uso das ferramentas inovadoras, porém é possível notar ao implementar essas ferramentas toda a experiência vivida pelo cliente no hotel será modificada.

Palavras-chaves: Inovação; Hotelaria; Atendimento; Recepção; Governança.

ABSTRACT

In the present work the general objective is a case study, addressing the evolution and innovation in the hotel sector in Brazil, it will be reported how the hotels have innovated, seeking improvements in their processes, from the request of the reservation, to the attendance of the guests in the hotels. A comparative study of 02 hotels in the central region of São Paulo- SP will be presented, detailing the processes of each sector from the request of the reservation to the process of liberation of the apartments, in none of the hotels were observed complaints regarding the use of the tools innovative, but it is possible to note when implementing these tools all the experience lived by the customer in the hotel will be modified.

Keywords: Innovation; Hospitality; Attendance; Reception; Governance

1. INTRODUÇÃO

O setor hoteleiro, dentro de uma visão mundial, tem obtido grande crescimento, ano a ano esse serviço vem sendo mais procurado por diversos tipos de públicos, seja para hospedagens lazer ou profissionais, fazendo com que as empresas do ramo convivam em um ambiente de alta competitividade.

Dentro deste contexto, buscou-se estudar dois empreendimentos no estado de São Paulo com públicos similares que pudesse compará-los e analisá-los em busca de melhorias nos setores de recepção, reservas e governança.

Com isso, pretende-se fomentar discussões de possíveis melhorias em ambos hotéis que possam agilizar processos e melhor atender o seu público. Trazendo assim há a necessidade de estar sempre se inovando, buscando o melhor para seus clientes, preparar seus funcionários para atender bem e acima de tudo está atento à necessidade de cada cliente em especial.

A qualidade nos serviços prestados é um elemento a ser considerados em qualquer estabelecimento hoteleiro que valoriza seus clientes e busca mantê-los. É uma estratégia também para as empresas que procuram se destacar diante da concorrência existente. (LINHARES e OLIVEIRA 2007)

1.1 HISTÓRIA DA HOTELARIA

A história das atividades hoteleiras não tem uma precisão sobre seu surgimento, entretanto autores especulam que teve seu início a partir da necessidade de abrigar viajantes, e poder ter um local seguro para abrigo.

O marco inicial da hospedagem mundial é nos jogos olímpicos na cidade grega de Olímpia, em um enorme campo de 10 mil metros quadrados abrigando atletas da competição e milhares de viajantes que se deslocavam para assistir os jogos.

“Os romanos podem ser considerados os primeiros a viajar por prazer. Diversas pesquisas científicas (análise de azulejos, placas, vasos e mapas) revelaram que o povo romano ia à praia e a centros de rejuvenescimento e tratamento do corpo, buscando sempre divertimento e relaxamento”. (BADARO 2005)

As hospedagens passaram a ser mais utilizadas nas Idade Média na Europa, as instalações que ainda tinham viés religioso, em nome da caridade samaritana assumiram características de negócio lucrativo em face do grande número de peregrinos, soldados e mercadores nos caminhos europeus e um grande número de bazares, armazéns e butiques foram abertos nesse período, criando uma nova movimentação na economia.

No século XVIII as cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo foram marcos iniciais da hotelaria no Brasil, neste período Charles Burton fez a classificação de hospedagem paulistana. Segue a classificação de Burton segundo (DUARTE 1996).

Tabela 1 – Classificação de Hospedagem

1ª Categoria	2ª Categoria	3ª Categoria	4ª Categoria	5ª Categoria
Simples pouso de tropeiro.	Telheiro coberto ou rancho ao lado das pastagens.	Categoria Venda, correspondente a “pulperia” dos hispano-americanos, mistura de venda e hospedaria.	Estalagens ou hospedarias.	Hotéis.

Fonte: Autores (Adaptação de Duarte, 1996)

Nos tempos atuais a hotelaria é a indústria responsável por oferecer hospitalidade a turistas e viajantes. É o setor encarregado por entregar os serviços básicos e necessários de hospedagem para aqueles que transitam pelo mundo, seja em viagem a lazer ou negócios.

1.2 HOTELARIA HOJE

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Estado de São Paulo (ABIH-SP 2018), o segmento hoteleiro obteve um faturamento de R\$ 7,45 bilhões em diárias e R\$ 1,53 bilhão em alimentos e bebidas no ano de 2018.

De acordo com os dados divulgados pela instituição, o Estado de São Paulo encerrou o ano com um índice de 54,08% de ocupação hoteleira, ou seja, três pontos percentuais a mais que o resultado obtido no mesmo período em 2017.

As expectativas são de que, em 2019, o avanço venha ser de 3% a 5% na taxa de ocupação do setor e de 5% a 9% de crescimento no que diz respeito ao turismo de eventos, corporativo e lazer, ao levar em consideração o resultado do ano anterior nesse mesmo período.

2 INOVAÇÃO NO MERCADO HOTELEIRO

O papel crescente do setor de serviços na economia do Brasil exigiu que muitos mercados sofressem bruscas inovações, na hotelaria não foi diferente, as inovações se deram pela expansão no setor, pela necessidade de adequação ao perfil do consumidor nacional e internacional, pela alta concorrência e por necessitarem de administradores com alto nível de conhecimento em administração.

Souza (2006) enfatiza que o hotel é um sistema complexo formado por diversos departamentos, onde cada um é responsável por completar os serviços que são oferecidos. Estes profissionais devem agir eticamente e devem receber por parte dos encarregados do hotel treinamentos e técnicas de aprimoramento do serviço, para causar impacto positivo e contentamento dos clientes, pois o bom atendimento significa também, inovar-se, atualizar os produtos e serviços. O melhor método e mais adequado para isso é o treinamento, pois se promove através dele a inovação, os *upgrades*, as novas técnicas ou as mais recentes tecnologias. A necessidade de treinamento é uma resultância natural da exigência de aprimorar-se, pois é necessário “formar” as pessoas para conduzir o processo de atendimento.

Os últimos anos no Brasil foram marcados por grandes eventos, nesse sentido o setor necessitou inovar para que conseguisse acompanhar a alta pressão no país, não só para o setor específico, mas sim para todo o setor do turismo. Essas readaptações produziram no setor da

hotelaria diversas mudanças aos hotéis mais próximos a esses eventos, que conseqüentemente refletiram em todo o setor hoteleiro, expandido a necessidade de inovar todas as áreas do setor.

Conforme Araújo (2003), analisar que o sistema de qualidade de atendimento deve se destacar pelo envolvimento de todo o *staff*, isso criará condições de trabalho e aprazimento com um eventual aumento da qualidade e da produtividade.

[...] comprometimento da alta gerência, reveste-se de extrema relevância, especialmente no setor de serviços turísticos, dado que, nesse segmento, a própria performance dos funcionários é percebida como parte integrante do produto. Em outras palavras, a atitude engajada da alta gerência tem o condão de influenciar o comportamento do restante dos funcionários, estimulando-os a aderir aos objetivos e metas traçados pela organização, o que no final pode contribuir de maneira determinante para a melhoria da qualidade do produto ou serviço. (ARAÚJO, 2003, p. 48).

O perfil do consumidor nacional exigia dos hotéis que o atendimento e prestação de serviços fossem cada vez mais dinâmicos, que oferecessem mais recursos e boas acomodações com os preços razoavelmente baixos. Nesse sentido os hotéis tiveram de reanalisar a sua base tarifária, bem como a sua prestação de serviço e suas acomodações, que também refletiram no perfil do consumidor internacional que receberam no período dos grandes eventos como copa do mundo (2014) e as Olimpíadas (2016).

Analisando isso, o mercado hoteleiro tradicional teve que se adequar a essas inovações, mesmo os hotéis com maiores índices de aceitação e de publicidade, pois essas alterações abalaram com a estrutura tradicional dos hotéis, a renovação e inovação foi altamente exigida para todo o setor, aqueles que queriam se manter ou empreender tiveram de que se amoldar esses aspectos, que trouxeram grande expansão nos ramos envolvidos, e também de novas tendências de hospedagens e prestação de serviços cada vez mais abrangentes e inteligentes.

2.1 TECNOLOGIA NO SETOR DE HOTELARIA

O crescimento no ramo tecnológico, vem cada vez mais acelerado dentro das empresas, e no ramo de hotelaria não é diferente. Em busca de sempre aperfeiçoar para otimizar o tempo dos clientes e melhor conforto, esse ramo vem se adequando sempre mais para estar à frente da concorrência.

Segundo um estudo da Global Hotel Business Index 2018 duas em cada três empresas hoteleiras têm como prioridade a implantação de tecnologia para melhor mobilidade e conectividade nos seus estabelecimentos.

Isso ajuda em diferentes partes do processo, como por exemplo: Aplicativos de reserva automatizada, múltiplos canais de atendimento; Sistema de gestão hoteleiro; Marketing digital, entre outras que vem surgindo a todo o momento.

Quando se pensa em mudanças tecnológicas, se expandindo nas inovações gerais, são classificadas em duas categorias, conforme Dosi (1982):

- mudanças que ocorrem baseadas na tecnologia “empurrada” — modificações com base na organização e na produção, ou seja, mudanças serão realizadas baseadas nas necessidades das empresas e criação deste novo produto.
- mudanças geradas com base nas necessidades de mercado, ou, mais especificamente, do consumidor.

2.2 INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NA HOTELARIA

O consumidor brasileiro tem um alto nível de percepção da alteração nesses pontos dentro dos hotéis, as inovações exigiam que houvesse as tecnologias como WI-FI, TV LDC e LED, adequação as necessidades do hóspede, pois o período foi de certa forma longo e trouxe hóspedes de todos os lugares do país e mundo, isso os tornaram mais exigentes em relação aos serviços e aos preços praticados.

Antes desse período os hotéis acompanhavam as tendências baseadas somente nas alterações naturais do mercado que também atualizaria no decorrer dos anos, porém, em baixo nível de intensidade. Com o surgimento das “OTAS” (*On-line Travel Agencies*) como uma explosão fez com os hotéis de revessem a forma de captar clientes, pois antes dessas agências existirem o contato do hotel com o cliente era realizado direto ou através de agências de viagens comuns, porém, esse auto serviço de hospedagem trouxe aos hotéis um grande problema de competitividade na captação de novos cliente e na fidelidade de seus clientes atuais.

Os gestores que visionaram o futuro começaram a se preparar e a atualizar as principais ferramentas nos hotéis como Reservas, Alimentação, Recepção, Higienização, *Check-in/Check-out* e Governança. Quando as OTAS começaram a tomar o mercado de reservas, os gestores tiveram de buscar a inovação através de ferramentas próprias de marketing e publicidade; ou necessitaram buscar novas parcerias nesses serviços para que pudessem continuar expandindo junto com o mercado, que demonstrava aceitação a essa nova prestação de serviço.

Em relação as tarifas os hotéis precisaram se adequar aos novos estilos de acomodações, mais rentáveis, inovadores e com baixos preços, os conhecidos popularmente como “*hostels*” também entraram na era da expansão e começaram a ganhar mercado, trabalhavam com tarifas baixas, por ser considerada uma hospedagem informal e com baixo custo de negócio, uma vez que não havia a necessidade de grandes espaços e funcionários para mantê-lo com bons serviços e baixo custo.

3 ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DOS HOTÉIS

Saber características básicas como: localização e história dos hotéis, é essencial para entendimento e comparativo mais adequado neste estudo conforme temos abaixo.

3.1 HOTEL XY

Localizado na região central de São Paulo – SP, o hotel foi inaugurado em fevereiro de 2004, está no mercado há 15 anos dispõe de 80 aptos, área de lazer, sala de eventos, restaurante e estacionamento.

Por estar localizado, próximo a dois grandes hospitais (Sírio Libanês e Av. Nove de Julho) e consultórios, seu público alvo, são médicos, pacientes, e participantes de cursos voltados a área da saúde, o hotel recebe também público corporativo, que geralmente está a trabalho na cidade, e precisar de um hotel para dormir, por estar na região central, em épocas de grandes eventos na cidade, como por exemplo: Formula 1, Palestras nos centros de convenções Frei Caneca e Fecomercio a ocupação do hotel fica em alta.

O hotel está disponível para reservas em todas as plataformas virtuais, dispõe de acordos com grandes agencias na área do turismo, como Maringá e Flytour e dispõe de uma central de reservas localizada no próprio hotel.

3.2 HOTEL AB

Associado a uma das maiores redes hoteleiras o hotel AB está localizado no centro de São Paulo, próximo à Rua da Consolação e Avenida São Luís foi inaugurado em 1954 ao longo dos anos passou por algumas reformas e muitas redes. Atualmente é categorizado como hotel de grande porte, pois possui cerca de 400 apartamentos, academia, salas de eventos, teatro, restaurantes e bar.

É patrimônio tombado na cidade por sua fachada conter pinturas históricas, por lá já passou um público de classe alta antigamente era reconhecido como hotel 5 estrelas, hoje

apenas 4, atende público de turismo corporativo e, por ser localizado próximo de museus, teatros, e diversos outros pontos turísticos acaba por atender as necessidades do turismo de lazer.

A rede que administra o hotel é focada na melhora de cada plataforma em favor do cliente, mas não apenas nas facilidades diárias, pois a essência da hotelaria está no bem receber, por isso atribui diversas formas de seus colaboradores poderem estar mais livres em processos e mais focados no atendimento ao cliente.

Os hotéis descritos, possuem parâmetros bastante diferentes, um com cerca de 400 unidades habitacionais (UH) e outro por volta de 80, porém são retrato da inovação, ou como ela ajuda no dia-a-dia, processos e até mesmo ao interagir com os clientes.

3.3 INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NOS HOTÉIS AB E XY

No hotel AB, a maior inovação tecnológica foi um app que migra diretamente com o sistema principal do hotel, o hotel possui 400 aptos, recebe grupos fechados de 50, 60, 70 ou mais, os grupos geralmente chegam juntos ao hotel para realizar o check-in, realizar a liberação, repasse, ou manutenção dos aptos de forma mais rápida, disponibiliza os aptos mais rápidos para recepção podendo receber os hóspedes e encaminhar aos aptos o mais breve possível, disponibilizar cartões fidelidade para hóspedes habitues da rede, é uma maneira inovadora também, esses hóspedes utilizam o hotel e a rede constantemente, facilitar e agilizar o check-in deles, é uma maneira de agrada-lo, esses tipos de hóspedes ficam mais no hotel que na suas casas.

O hotel XY, faz parte de uma rede pequena, ao total sua rede possui dois hotéis, o hotel possui uma quantidade muito menor de aptos que o AB, sua maior inovação foi adquirir o motor de reservas OMNIBEES, o sistema integra com o sistema principal do hotel, em tempo real, reservas e recepção, visualizam a mesma disponibilidade de aptos disponíveis para venda, aptos vendidos e reservas canceladas, com o motor adquirido, em caso de alta ocupação o fechamento de disponibilidade é mais rápido, uma vez que o motor de reservas fecha em todas as plataformas disponíveis de uma só vez, o hotel consegue trabalhar melhor as suas tarifas de venda.

Os sistemas implantados nesses hotéis melhoraram os processos diários, a tecnologia desses sistemas foi necessária para ambos não ficarem ultrapassados e perder clientes, conforme relatado da empresa OMINIBEES "...o setor de hospedagens já não existe sem

as soluções tecnológicas desenvolvidas para ele. Quem não se ajusta a essa realidade, investindo em tecnologia na hotelaria, acaba sendo “engolido” pelo mercado...”

Isto é, a tecnologia teve seu crescimento acelerado em vários setores, isto faz com que em muitos outros, essas inovações tecnológicas sejam exigidas pelos próprios clientes, dado que é uma grande forma de ganhar tempo e ter um trabalho mais assertivo hoje em dia.

4 METODOLOGIA

A Metodologia utilizada para entender melhor as organizações foi o Estudo de Caso, que visa investigar o fenômeno com base em diversas fontes e evidências, este estudo pode ser: exploratório, descritivo e/ou analítico. Através delas é possível expressar a opinião utilizando a própria interpretação.

[...] O Estudo de Caso reúne o maior número de informações detalhadas, valendo-se de diferentes técnicas de pesquisa, que visam apreender uma determinada situação e descrever a complexidade de um fato (MARCONI e LAKATOS 2009).

Assim, como em qualquer outro método de pesquisas o estudo de caso tem suas limitações, que são vistas por YIN (2005, p. 29) como prejulgamentos contra este método, dentre eles estão:

a) Falta de Rigor metodológico: o pesquisador deve ter no planejamento quanto à coleta e análise dos dados;

b) Dificuldades de generalização científica: o propósito deste método não é os de proporcionar o conhecimento preciso das características de uma população ou universo a partir de procedimentos estatísticos, mas sim o de expandir ou generalizar teorias, ou seja, generalização analítica.

c) Tempo estimado à pesquisa e documentos inelegíveis: realização de estudos de casos em ciclos curtos e com resultados passíveis de confirmação por outros estudos, o que de certa forma valida o método.

No caso dos hotéis ambos atendem o mesmo tipo de público corporativo, entretanto não possuem a mesma dimensão, mesmo assim com determinadas tecnologias o hotel pode melhorar seu atendimento e se colocar melhor a disposição dos clientes e contribuir para que os colaboradores desenvolvam novas habilidades.

Para o levantamento de dados dos hotéis foi realizado uma entrevista com um funcionário de cada o hotel, que foi questionado quanto a eficiência dos serviços em sua visão

e quais recursos eram utilizados no empreendimento, desta forma foi realizado o comparativo (Tabela 2).

De acordo com um dos sites de avaliação global (Anexo I), os hotéis possuem notas iguais, no entanto quantidade de avaliações diferentes e em notas individuais de serviço também tem disposições diferentes, é possível notar que Hotel AB possui melhores notas no serviço de limpeza e atendimento, que tende a ser atribuído as inovações sistêmicas que concedem aos colaboradores mais tempo para melhor acolhimento dos hóspedes.

5 COMPARATIVO DE PESQUISA DOS HOTÉIS

Com base nas informações dos hotéis estudados, compreendemos que ambos visam a agilidade e qualidade no atendimento de seus clientes, a tecnologia nos hotéis facilita o dia-a-dia para que os objetivos sejam alcançados com sucesso. Abaixo podemos notar melhor as diferenças dos hotéis.

No Hotel XY, uma das maiores inovações foi adquirir o motor de reservas Omnibees, com a inserção automática das reservas no sistema do hotel, a informação de disponibilidade dos apartamentos é em tempo real, podendo se preparar para períodos de alta ocupação e podendo trabalhar de melhor maneira a venda de seus apartamentos.

Os hotéis, são de estruturas diferentes, porém são localizados na região central de São Paulo – SP a maior cidade do Brasil, recebem todos os tipos de hospedes, a tecnologia fazendo parte do dia-a-dia desses hotéis, os ajuda a proporcionar o melhor atendimento possível aos seus clientes e agiliza os processos internos dentro dos hotéis dando a oportunidade para seus colaboradores desenvolverem novas práticas de desempenho.

Tabela 2 – Comparativo Entre os Hotéis

Hotéis	Hotel XY	Hotel AB
Recepção	Recepção 24 horas	Recepção 24 horas
Check-in	É necessário preenchimento FNRH (Ficha nacional de registro de hospede). Caso o hospede já possua cadastro a ficha é impressa para verificar os dados e assinatura.	A inserção dos dados é feita pelo recepcionista direto no sistema (Opera). Clientes fidelidade, possuem seus dados em toda a rede.

Sistemas utilizados pelo hotel	Engenho	Opera
Infraestrutura	Total de 80 aptos, área de lazer, restaurante e estacionamento	Total de 400 apartamentos, sala de eventos, teatro, restaurantes, bar e área de lazer
Governança Liberação dos aptos	As camareiras realizam as arrumações, a governanta faz o repasse nos aptos, anota em uma lista, e retorna para sua sala e coloca no sistema o status dos aptos.	O hotel utiliza, uma plataforma, conectada ao sistema do hotel (Opera), que é possível em tempo real alterar, o status do apto, via app. para agilidade no check-in.
Reservas	O hotel dispõe do motor de reservas Omnibees, todas as reservas através de sites, agencias, ou operadoras, migram para o sistema do hotel, fechar ou disponibilizar aptos, também é através do Omnibees. Somente as reservas realizadas via central de reservas, necessitam ser inseridas no sistema.	A rede do hotel possui uma plataforma própria para reservas, que migra no sistema O hotel dispõe do motor de reservas Omnibees, para reservas de site, agências e operadoras, mais é necessário a inserção das reservas no sistema.
Cliente principal	Corporativo	Corporativo e famílias

Fonte: Autores 2019.

No Hotel AB, com uma quantidade muito maior de aptos que o hotel XY, a maior inovação adquirida no hotel, é a forma de liberação dos apartamentos. Conforme apresentado o hotel dispõe de um sistema, que através de app pelo celular as camareiras e governanta, realizam a liberação dos aptos que em tempo real atualiza para recepção, com 400 aptos ao todo, se o hotel efetuasse o mesmo procedimento realizado pelo XY, a liberação demoraria muito mais, em períodos de alta ocupação, causaria um grande transtorno aos hospedes, que precisariam esperar muito tempo, para realizar o check-in.

Segundo Castelli (2007) é crucial que se observe de perto as necessidades de todo o público que impreterivelmente tem compromisso, internos ou externos a organização

hoteleira, deve-se buscar sempre satisfazer todas as expectativas depositadas, ainda segundo o autor é preciso manter um “diálogo” permanente com elas para evitar o desequilíbrio, podemos entender que a ausência dessa satisfação pode gerar a organização um desgaste na existência dela, pode-se dizer que o compromisso do hotel é de sempre manter o seu nível de qualidade no atendimento e prestação dos serviços, para que assim possa surpreender o hospede.

Assim podemos concluir, que as tecnologias aplicadas nos hotéis analisados e comparados acima trouxeram uma inovação para as áreas de maior intensidade de serviços, ainda que o hotel XY seja menor que o AB os efeitos dessas tecnologias aplicadas surgem nas áreas de atendimento direto ao cliente, como na recepção dos hotéis que a informação de disponibilidade nos hotéis surge no ato da consulta e as reservas são recebidas no hotel XY automaticamente através do sistema aplicado, nesse sentido é perceptível que a exigência de novas tecnologias tende a ser cada vez mais pesquisadas e necessárias para que os processos se tornem cada vez mais inteligentes e ágeis.

6 CONCLUSÃO

Em resumo a Hotelaria está em constante evolução, através dos anos foi modificada, alterada, repensada, tudo para oferecer melhores serviços aos cliente, que pudessem sentir-se em sua casa mesmo estando tão distantes, que pudessem sentir os carinho de cada gesto pensado nele e para ele, para isso foi utilizado não só do afeto, mas da tecnologia, que nos ajuda a perceber as necessidades do cliente.

De acordo com Castelli (2007), os colaboradores do chamado *front office* dos hotéis, ou seja, os funcionários que lidam e tem contato direto com os hóspedes, devem ter uma conduta ética e apresentar qualidade nos seus serviços. O bom atendimento encanta qualquer cliente e os incentiva a voltar. A análise do cliente não está apenas na infraestrutura de um local, mas sim do conjunto do que ele pode ver e receber de melhor.

Utilizar recursos sistematizados, para acelerar um processo de reserva, ou agilizar a liberação de um apartamento, ou ainda tornar o processo de *check in* tão simples onde lhe sobra tempo para conversar e saber, mais sobre o hóspede, tornando a hospedagem mais humana, estes pequenos passos unem funcionários e clientes, abrindo espaço para criatividade e serviço personalizado.

O comparativo entre estes hotéis demonstra que as ferramentas inovadoras ajudam a fortalecer a relação com os clientes e lhes mostrar o quanto se está comprometido com o bem

estar do cliente, os mínimos detalhes são de suma importância para a visita ao hotel uma experiência extraordinária desta forma os funcionários tem aptidão no atendimento e melhores resultados, e para os líderes resulta em mais tempo para conhecer tanto ao seu cliente quanto ao seu colaborador.

REFERÊNCIAS

- ABIH-SP. *Crescimento da Hotelaria nos últimos 3 anos* São Paulo, SP, (2018).
- ARAUJO, C. Mr. *Em Ética e qualidade no turismo do Brasil*, 48. São Paulo: Atlas, 2003.
- BADARO, R. “O Direito do Turismo através da sua história e sua evolução.” São Paulo, 2005.
- CASTELLI, G. “Exelência em Hotelaria.” 69. São Paulo: Qualitymark, 2007.
- DOSI, Giovanni. *Technological paradigms and technological trajectories. A suggested interpretation of the determinants and directions of technical change*. Vol. 11. Research Policy, 1982.
- DUARTE, V V. *Administração de Sistemas Hoteleiros*. São Paulo: Senac, 1996.
- Global Hotel Business Index. *Mider*. 2018. <https://www.siteminder.com/r/trends-advice/hotel-insights/siteminders-global-hotel-business-index-2018/> (acesso em 26 de mai de 2019).
- LINHARES, G, e P. G. OLIVEIRA. “Turismo e hotelaria em Itabira: uma pequena análise de satisfação dos hóspedes.” *Jornal Diário de Itabira*, 10 de Junho de 2007: 3.
- MARCONI, M. A, e E. M. LAKATOS. “Fundamentos da Metodologia Científica.” 6. São Paulo: Atlas, 2009.
- OMINIBEES. *Ominibeas Academy*. 15 de abr de 2019. <http://academy.omnibeas.com/blog/2019/04/como-usar-a-tecnologia-na-hotelaria-na-gestao-de-dados/> (acesso em 25 de mai de 2019).
- SOUZA, J. N. S. “O nível de satisfação dos hóspedes em relação ao atendimento no Hotel Pousada da Conquista.” *UOL*. 29 de nov de 2006. http://artigocientifico.uol.com.br/uploads/artc_1164841163_36.
- YIN, R. K. “Estudo de Caso: planejamento e métodos.” 29. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ANEXO – Avaliação dos Hotéis

- Hotel XY

4,0 Muito bom  222 avaliações

Nº 24 de 705 hotéis especializados em: São Paulo

	Localização
	Limpeza
	Atendimento
	Custo-benefício

- Hotel AB

4,0 Muito bom  2.345 avaliações

Nº 71 de 343 hotéis em: São Paulo

	Localização
	Limpeza
	Atendimento
	Custo-benefício