

A HOSPITALIDADE NO TURISMO: O BEM RECEBER

Roni Carlos Costa Dalpiaz*

Aline Dagostini**

Deisi Moraes Giacomini***

Maria da Glória de Souza Della Giustina****

RESUMO

O presente artigo aborda o assunto hospitalidade no turismo. O bem receber no turismo não é novidade, mas atualmente recebe dos pesquisadores e do próprio trade turístico, uma atenção especial. O “bem receber” se relaciona intimamente com a qualidade dos bens e serviços oferecidos no Turismo, razão maior deste artigo. A hospitalidade no Turismo evidencia-se muito mais ampla do que primeiramente se imaginava, ela deverá estar presente em todas as atividades relacionadas com o turismo, desde a facilitação (ingresso, permanência, deslocamentos internos e saída dos visitantes), o desenvolvimento da infra-estrutura (rodovias, portos, aeroportos, obras viárias, saneamento, energia, equipamentos sociais), os transportes e comunicações (terrestres, aéreos, marítimos, fluvial e telecomunicações), a educação e capacitação (formação de recursos humanos para o setor em níveis distintos) e prestação de serviços (alojamentos hoteleiros, transportadores, restaurantes e similares, diversão e entretenimento, agências de viagens e locadoras).

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade - Hotelaria - Turismo e Gestão

*Mestre em Marketing - Management e Marketing Estratégico, Especialista em Educação, Graduado em Administração de Empresas, Professor dos Cursos de Turismo e Administração.

**Bacharel em Turismo e pós-graduanda em Planejamento e Gestão Hoteleira.

***Bacharel em Turismo e pós-graduanda em Planejamento e Gestão Hoteleira.

Introdução

Para ingressarmos no assunto hospitalidade, se faz necessário definir o termo. Hospitalidade é uma palavra originária do Latim *hospitalitate* e significa o ato de hospedar; a qualidade de quem é hospitaleiro; a liberalidade que se pratica, alojando gratuitamente alguém; e por extensão acolhimento afetuoso.

No Turismo ser hospitaleiro é receber bem os turistas, termo que muitas vezes é confundido com hotelaria. Mas o que é receber bem? E quem recebe os turistas? Estas duas questões nortearão este trabalho.

Pode-se dizer que os turistas ao chegarem em uma cidade podem ter um acolhimento preparado, improvisado ou simplesmente não ter. Conclui-se, então que o “bem receber” está ligado diretamente com a preparação do destino turístico para o recebimento do turista e a preparação de um destino turístico envolve todo o Sistema de Turismo¹. Segundo Beni (2001) os componentes deste sistema são os subsistemas identificados nos conjuntos das Relações Ambientais, da Organização Estrutural e das Ações Operacionais, que são: os subsistemas ecológico, econômico, social e cultural, da supra-estrutura, da infra-estrutura, do mercado, da oferta, da demanda, de produção, de distribuição e de consumo.

O “bem receber” se relaciona intimamente com a qualidade dos bens e serviços oferecidos no Turismo. Isto equivale a dizer que a qualidade oferecida no destino turístico vai influenciar diretamente no bom ou no mau atendimento ao turista. Beni (2001) afirma que a qualidade no Turismo refere-se ao serviço aliado ao produto e que o fator qualidade é o único critério que se impõe de maneira natural para determinar o êxito ou o malogro desses.

A hospitalidade no Turismo evidencia-se muito mais ampla do que primeiramente se imaginava, ela deverá estar presente em todas as atividades relacionadas com o turismo, desde a facilitação (ingresso, permanência, deslocamentos internos e saída dos visitantes), o desenvolvimento da infra-estrutura (rodovias, portos, aeroportos, obras viárias, saneamento, energia, equipamentos sociais), os transportes e comunicações (terrestres, aéreos, marítimos, fluvial e telecomunicações), a educação e capacitação (formação de recursos humanos para o setor em níveis distintos) e prestação de serviços (alojamentos hoteleiros, transportadores, restaurantes e similares, diversão e entretenimento, agências de viagens e locadoras).

1 A Hospitalidade no Turismo: O Bem Receber

1.1 História da Hospitalidade

O termo Hospitalidade, segundo Walker (2002, p. 4), “[...] é tão antigo quanto a própria civilização[...]. Deriva da palavra de origem francesa 'hospice' e significa dar ajuda / abrigo aos viajantes”.

A palavra hospitalidade, tal como ela é usada hoje, teria aparecido pela primeira vez na Europa, provavelmente no início do século XIII e designava hospedagem gratuita, atitude caridosa oferecida aos viajantes da época.

Para entender melhor o termo hospitalidade, será feito um breve relato dos principais acontecimentos de cada época mostrando sua contribuição para a hospitalidade prestada nos dias atuais.

Cada época da história desenvolveu algum tipo de viagem, de acordo com os recursos materiais e os conhecimentos disponíveis e tiveram grande influência no desenvolvimento do Turismo.

Na Antigüidade surgem, na Grécia e em Roma, as Tavernas e estalagens como uma necessidade para abrigar os viajantes. Nasce a primeira idéia de hospitalidade.

Há um avanço na hospitalidade na Idade Média. Crescem os números de hospedarias. A Inglaterra se

destaca com as pousadas de melhor qualidade. Surgem os restaurantes e a carruagem passou a ser o principal meio de transporte na Inglaterra.

As viagens passam a fazer parte da vida profissional na Idade Moderna. Surge o *grand tour* e algumas publicações com o objetivo de orientar os viajantes. A revolução francesa influencia na hospitalidade através da culinária. A Europa começa a seguir o modelo Inglês de hospedagem e estes ambientes passam a desempenhar papel social e político importante para a sociedade.

Na Idade Contemporânea acontece a revolução industrial e a invenção da máquina a vapor impulsiona as viagens. Thomas Cook inicia a comercialização do turismo e dar-se início ao turismo organizado.

A hospitalidade é marcada pela arte do bem atender, implantada neste século por César Ritz. Surge o hotel de alto luxo para atender as pessoas de grande poder aquisitivo.

Após a segunda guerra mundial houve uma grande evolução na medicina, na alimentação, nos meios de comunicação, no lazer, nos transportes, provocando uma melhoria na hospitalidade.

A partir de 1949 o turismo é democratizado. Deixa de ser objeto de luxo e passa ocorrer em grandes escalas. Surge a hotelaria americana com hotéis mais funcionais e o turismo finalmente é visto como uma atividade econômica.

1.2 Hospitalidade e o Turismo

O conceito de turismo praticado no passado, que remete a sua prática como sendo privilégio de poucos, amparado pelo ócio, não se aplica mais, hoje o turismo é visto como necessidade de todos, estudantes e profissionais, que afetados pelo *stress* do cotidiano, vêm no turismo uma perspectiva de descanso e lazer como probabilidade de revigoramento físico e mental.

Desta forma, a Organização Mundial do Turismo (OMT) conceitua o turismo como:

"[...] las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otro." (OMT 1998, p.9).

Uma comunidade ou região que visa o turismo como uma fonte de renda, deve primeiramente promover o desenvolvimento da infra-estrutura básica, para em um segundo momento fomentar a atividade turística no local.

Deve-se ressaltar que nos últimos 50 anos, o turismo tornou-se fundamental para a vida das pessoas e para a economia dos países, tendo se intensificado a partir da revolução industrial, decorrente dos avanços tecnológicos, em especial dos meios de transportes de cargas e de passageiros, registrando nos números do turismo internacional em 1950, cerca de 20 milhões de turistas e no ano de 2000, cerca de 956 milhões, segundo dados do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR, 2002).

Este crescimento bastante veloz ocorrido nos últimos anos deu-se pois:

"[...] à medida que a renda aumenta nos países desenvolvidos, os gastos em atividades de lazer crescem mais rapidamente e dentre essas a viagem ao exterior é um dos mais importantes. O aumento da renda pessoal e as facilidades de transporte fizeram com que uma faixa bem maior da população participasse desse fenômeno de massa". (CASTELLI, p. 37, 2001).

Tal fenômeno, passa a criar cada vez mais no turista uma expectativa de hospitalidade.

No início das civilizações a hospitalidade se restringia em apenas conceder abrigo e alimentação a quem

estava longe de seu domicílio. Atualmente o termo hospitalidade é muito amplo e engloba desde os bens tangíveis como, hotéis, pousadas, *resorts*, campings, meios de transportes, entre outros, até os intangíveis que são os serviços prestados e que proporcionam o bem estar físico e psíquico do visitante.

No século XX, o avanço tecnológico e dos meios de transporte tornou o mundo acessível a praticamente toda a população, com isso, pessoas tornaram-se mais exigentes nas suas escolhas, além das diversas opções de serviços, alimentação, acomodações e lazer que existem no mundo atual.

Conforme cita Walker (2002, p. 28), “muitos dos valores da hospitalidade medieval ajustam-se aos dias de hoje, tais como o serviço amigável, a atmosfera amena e a abundância de comida”.

A hospitalidade atual está voltada também para os sentimentos de todos os envolvidos no meio turístico. A preocupação vai além da qualidade dos serviços e da preocupação com o conforto do turista. Ela busca a satisfação total do visitante.

Para ser hospitaleiro é preciso esmerar-se na excelência dos serviços prestados, educar a comunidade para receber os turistas, investir em infra-estrutura básica, porque a hospitalidade está desde o atendimento na compra dos pacotes, às condições de sinalização, estradas e até a higiene e segurança dos destinos, podendo ser espontânea ou artificial, esta última ocorre quando entidades públicas e/ou privadas, promovem a criação de infra-estruturas forjando uma hospitalidade profissional e muitas vezes para uso exclusivos dos turistas.

Diante do exposto anteriormente, pode-se dizer que o bem receber compreende todos os esforços despendidos pelo poder público e a iniciativa privada para fazer de um local uma grande atração turística. É primordial receber os visitantes com atenção, demonstrar-lhes que o local tem interesse em sua presença e que está preparado para recebê-los.

Fica claro que a hospitalidade está diretamente ligada às necessidades e desejos das pessoas, ou seja, do desejo do visitante de “ser bem recebido”.

A necessidade de rever os serviços prestados e colocar o cliente como peça fundamental do Sistema de Turismo, oferecendo a ele serviços diferenciados é imprescindível para conquistá-los, mas deve-se sempre levar em consideração os interesses da comunidade local, evitando assim, conflitos que possam vir causar a inviabilidade do destino turístico.

Casteli (2001) afirma que o aumento da participação das pessoas no turismo fez com que as empresas hoteleiras, um dos principais suportes do roteiro turístico, expandissem, exigindo uma formação especializada dos recursos humanos para todos os setores que formam a estrutura organizacional do hotel.

O treinamento do elemento humano faz parte da arte do bem servir e receber, e torna-se peça fundamental, considerando que o tratamento recebido pelo turista/ hóspede é, em grande parte o gerador de uma imagem positiva ou negativa da cidade, da região ou do país.

A qualidade dos serviços prestados, não se resume em apenas dominar as técnicas de atendimento com qualidade, mas principalmente deve ser uma prática constante e todos os colaboradores devem estar capacitados, desta forma, estarão mais efetivamente satisfazendo sua clientela com a excelência dos serviços prestados.

Dessa forma, todo o processo de acolhida do cliente (hospitalidade) e, por conseqüência, a rentabilidade da empresa, depende muito do elemento humano. “A demanda é humana e a oferta depende fundamentalmente do elemento humano”. (CASTELLI, 2003, p. 36).

1.2.1 A natureza da hospitalidade humana

- Sociocultural é fenômeno praticado por um indivíduo ou grupo de indivíduos, que tem na sua essência o

ato de acolher um visitante. A hospitalidade pode ser voluntária ou involuntária.

- Profissional é uma hospitalidade preparada, treinada, planejada e remunerada. É bem diferenciada da hospitalidade amadora e voluntária. Este tipo de hospitalidade envolve uma série de serviços como, hotéis, restaurantes, lojas de *souvenirs*, locadoras de veículos, serviços de lazer e entretenimento.
- Político são ações tanto da iniciativa privada como da iniciativa pública efetuadas no interesse de promover um ambiente hospitaleiro em determinada região.
- Espacial a hospitalidade pode ser abordada sobre o ponto de vista urbano e rural e também podemos analisar a hospitalidade em função do vínculo das pessoas com o espaço analisado: residentes e visitantes.

1.2.2 A Hospitalidade e a Intervenção do Poder Público

O Turismo é uma atividade econômica que mobiliza diversos setores produtivos de bens e serviços e é responsável pela geração de vários empregos diretos e indiretos. O poder público não pode ficar indiferente a esta atividade.

Compete ao poder público cuidar da oferta natural, como reservas naturais e o meio ambiente em geral; oferecer um sistema básico de infra-estrutura, vias de acesso, saneamento e planejamento urbano.

O Governo brasileiro nestes últimos anos lançou algumas políticas nacionais de turismo visando aumentar a hospitalidade turística no Brasil, relacionadas a seguir:

- Programa de Desenvolvimento do Ecoturismo para a Amazônia (Proecetur);
- 1991 Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo (Prodetur);
- 1994 Programa de Municipalização do Turismo (PNMT);
- 1996 Política Nacional do Turismo (PNT).

O governo atual lançou o Programa Nacional de Turismo com as seguintes metas para o período 2003 a 2007:

- Criar condições para gerar 1.200.000 novos empregos e ocupações;
- Aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil;
- Gerar 8 bilhões de dólares em divisas;
- Aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros nos vôos domésticos;
- Ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada Estado da Federação e Distrito Federal.

Foi lançado também, Programa de Regionalização do Turismo Roteiros do Brasil, que em sua etapa final apontará o novo cenário turístico do Brasil. Tem por objetivo incentivar, de forma regionalizada, o desenvolvimento sustentável do turismo. Em linhas gerais, é uma versão atualizada e ampliada do antigo Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).

São metas audaciosas e para serem alcançadas é preciso investir de forma maciça no turismo, entendendo-o não como mais um item secundário e complementar ao planejamento do Estado. Mas sim, possuir uma visão histórica de totalidade, percebendo que a noção de hospitalidade move o planejamento de um local, região ou nação, pois o mesmo deve estar amalgamado junto a qualquer política pública.

O Brasil vive sérios problemas sociais nos centros urbanos, herança vinda do século XIX quando começou o processo de urbanização. Houve uma grande fuga do campo para os centros urbanos e a grande característica deste processo foi a pobreza. E como consequência desta urbanização brasileira surgem o favelamento, degradação ambiental e a violência. Atualmente no contexto mundial somos conhecidos como país de renda concentrada e inseguro em função do nível de criminalidade.

Com todo nosso potencial ainda recebemos poucos turistas estrangeiros. O Plano Nacional de Turismo tem metas audaciosas, mas a liberação de verbas por parte do governo federal é insignificante.

Estas deficiências na infra-estrutura básica e a baixa qualificação profissional da população brasileira, demonstra que não estamos preparados para atuar neste mercado turístico crescente e altamente competitivo.

Planejar a hospitalidade não é apenas o bom atendimento num hotel, pousada ou qualquer meio de hospedagem como muitos imaginam, o contexto é bem mais complexo e envolve todos os segmentos do turismo.

1.2.3 Hospitalidade nos Transportes

Os transportes são essenciais para o desenvolvimento da atividade turística, pois esta requer deslocamentos que são possíveis através dos meios de transportes, sejam aéreos, rodoviários, aquáticos ou ferroviários.

Proporcionaram maior desenvolvimento do turismo com a revolução tecnológica, onde os meios de transportes se tornaram mais rápidos e confortáveis, diminuindo assim as distâncias entre os locais oferecendo maior conforto nas viagens.

A hospitalidade nos meios transportes não se limita ao simples ato de prestar o serviço. Ela envolve a qualidade do serviço, a qualidade do transporte utilizado (bem tangível) e toda a infra-estrutura básica que este transporte necessita para se locomover.

1.2.4 Hospitalidade nos meios de hospedagem

Cada época da história teve seu meio de hospedagem. No início eram hospedagens gratuitas e só depois foram evoluindo para hospedagens pagas.

Segundo Medlik e Ingran (2001, p. 6):

"[...] A palavra hotel passou a ser utilizada na Inglaterra com a introdução, em Londres, após 1760, do tipo de estabelecimento, então comum em Paris, denominado Hotel Garni, uma grande casa, na qual os apartamentos eram alugados por dia, semana ou mês. Seu aparecimento representou uma mudança radical das formas tradicionais de acomodações, inns ou hospedarias similares, em algo mais luxuoso e mesmo ostentativo. Os hotéis com gerentes, recepcionistas e staff uniformizados implantaram-se, em geral, no início do século XIX e, até a metades deste, seu desenvolvimento foi relativamente lento".

A escola norte americana de hotelaria surge no século XX e muda o conceito. Enquanto a tradicional hotelaria européia se preocupava com o requinte, luxo, extremo conforto, serviços de altíssima qualidade e atendimento personalizado, surge a hotelaria americana que tinha como pontos fortes os equipamentos e os aspectos funcionais.

Na atualidade todos os meios de hospedagem que querem continuar no mercado, e fazer frente a esta concorrência acirrada que a globalização impõe, estão voltados para a hospitalidade, ou seja, buscam constantemente treinar seus funcionários para a arte de bem receber.

1.2.5 Hospitalidade e a alimentação

“A tendência humana de compartilhar alimentos, a idéia básica de hospitalidade, teria se originado quando o homem desenvolveu a capacidade de matar grandes presas. Este tipo de caça muitas vezes o forçava a associação.” (FRANCO apud MONTADON, 2001)

Como não havia métodos de conservação, a caça era obrigada a ser consumida rapidamente, levando o homem a dividir o alimento, surgindo então as primeiras noções de hospitalidade.

Quando começam a surgir os restaurantes, o objetivo era simplesmente oferecer um alimento ao viajante. Com o próprio desenvolvimento das viagens, principalmente os deslocamentos feitos pelas famílias ricas, houve uma evolução tanto na qualidade dos alimentos quanto no serviço prestado.

Atualmente, área da gastronomia é uma das áreas que mais contribui para o desenvolvimento do turismo. É um componente importante da hospitalidade à medida que atende e satisfaz o turista e vai além disso. Hoje este setor é também considerado como fonte de entretenimento e para muitas regiões que não apresentam recursos ou atrativos a gastronomia tem atraído o turista para a região.

O setor de alimentos no Brasil cresceu muito, mas apresenta sérios problemas de qualificação de mão de obra. Faltam profissionais e a culinária local de cada região é pouco difundida. Não temos, ainda, uma identidade na arte da culinária e como consequência o turismo gastronômico é pouco desenvolvido.

1.3 Tendências e Possibilidades

“O que queremos não é adivinhar o futuro provável, mas preparar um futuro que seja desejável e talvez ir um pouco além e tentar fazer um futuro desejável e provável”. (BUSSET apud LOCKWOOD e MEDLIK, 2003 p. 63).

Na era da globalização, o turismo tem sido a atividade econômica que mais se desenvolve no mundo. Envolve milhares de pessoas e tem ocupado um lugar de destaque nas relações internacionais. A globalização tem acelerado o processo das mudanças e levado o mundo empresarial a ser mais competitivo.

Segundo LOCKWOOD E MEDLIK (2003, p. 225):

“[...] consumidores exigirão maiores garantias de qualidade, segurança e bem-estar. Buscarão experiências mais intangíveis que estão de acordo com o seu saldo bancário e capacidades físicas. Sua fidelidade será facilmente transferida, tornando-se mais difícil mantê-los. Suas exigências serão implacáveis, pois buscam maximizar os seus desejos e suas realidades econômicas”.

As atividades de treinamento serão fundamentais, para que os profissionais das diversas áreas, possam corresponder às expectativas desta alta qualidade solicitada pelo mercado.

Neste sentido, a atuação do profissional do turismo será decisiva, pois são os responsáveis para que haja um desenvolvimento em favor dessas tendências. Haverá necessidade de profissionais bem informados, polyvalentes, flexíveis às mudanças, espírito empreendedor e mais do que nunca, com uma postura extremamente ética, visto que os clientes farão valer os seus direitos com maior frequência.

O grande desenvolvimento no setor de comunicações colocou o mundo a disposição dos viajantes. Agora está muito mais fácil decidir por um destino turístico, fazer reservas, obter informações, efetuar compras. O resultado deste processo resultou numa acirrada concorrência entre as empresas e destinos turísticos. É provável que o número de agência de viagens venha a diminuir no mundo tendo em vista as facilidades que a internet vem proporcionando

Os avanços da medicina tem aumentado as expectativas de vida da população e automaticamente crescerá o turismo da 3ª idade. Neste grupo estão pessoas com bom poder aquisitivo, sem compromisso, podendo inclusive diminuir os problemas de sazonalidade do turismo. Uma outra tendência será o investimento em infra-estrutura que atenda as necessidades dessa faixa etária.

Outro fator importante que afetará a hospitalidade deste século é o tempo. As pessoas terão menos tempo para o lazer e mais recursos para gastar. Haverá uma forte tendência para a hospitalidade luxuosa.

O acelerado processo de industrialização provocou e vem provocando um grande desgaste na natureza. Hoje, o mundo progride para um processo de conscientização ambiental e tem levado a um acelerado crescimento do ecoturismo.

Uma grande tendência do setor turístico, face à alta competitividade, será a especialização dos destinos turísticos, a inovação, a satisfação acrescida dos clientes e ainda a sofisticação. É preciso inovar sempre. Os turistas deste século buscam incessantes novidades, querem ter experiências novas.

A hotelaria atual é marcada pelos *resorts*; os mega hotéis de Las Vegas ou Atlantic City; palace-hotéis da Ásia e Oceania e antigos hotéis remodelados da Europa que hoje disputam espaços com as torres contemporâneas. São vários os temas e estilos utilizados e esta continuará sendo a tendência por alguns anos.

Um grande aliado desta nova era da hotelaria é o entretenimento. Dentro do turismo é um dos segmentos que mais cresce. Hoje, este setor vai além da recreação e equipes de lazer. É uma atividade que reúne altíssima tecnologia, métodos de gestão, planejamento específico, criatividade, entre outros.

O entretenimento pode significar mais tempo que o turista fica em um destino, gerando mais recursos para a economia. O chamado *e-factor* (fator entretenimento) surge não apenas como um diferencial, mas também como atração principal em várias regiões. Entretenimento é um grande diferencial para aqueles que precisam e querem se destacar no mundo competitivo.

No Brasil são otimistas as tendências turísticas para esta década. Porém, não podemos esquecer que o desenvolvimento depende da sustentabilidade dos recursos físicos, sociais e culturais. Precisamos investir para podermos concorrer no mercado internacional em iguais condições. Será necessário um planejamento cuidadoso, fazer parcerias entre o poder público e a iniciativa privada no que se refere aos investimentos na infra-estrutura, nas estratégias de capacitação e no desenvolvimento de recursos humanos.

Considerações Finais

A hospitalidade sempre foi e será parte integrante do turismo. Desde os primórdios, ser hospitaleiro, receber o turista é oferecer serviços e produtos com qualidade. Envolve um amplo conjunto de estruturas, serviços e atitudes, a própria cidade acolhedora e seus habitantes, que intrinsecamente relacionados proporcionam o bem estar do visitante, satisfazendo suas necessidades.

O exercício da hospitalidade engloba o espaço geográfico de sua ocorrência, a cidade ou o campo, e todos os aspectos que se relacionam, direta ou indiretamente, com o seu desenvolvimento, que vão desde o planejamento e a organização dos recursos materiais, humanos, naturais e financeiros.

Os governos municipais, estaduais e o federal fazem a sua parte de maneira ainda precária na busca da qualidade, mas com uma visão bem real do potencial do Turismo como atividade econômica. Essa colaboração

facilita o trabalho de bem receber o turista, pois se uma cidade, por exemplo, tiver uma boa infra-estrutura, ruas limpas, pessoas capacitadas e bons acessos, só restará a cada empresa turística fazer a sua parte.

As necessidades (exigências) das pessoas não são mais as mesmas, o que antes servia hoje não é mais tolerado. As pessoas têm exigências próprias, únicas, preferem dizer como gostariam de ser recebidos, servidos ou como deveriam ser seus pacotes de viagem. O bem receber no turismo tem que acompanhar este novo modelo e se adaptar, pois não é um modelo do futuro, já faz parte do presente.

Atualmente a hospitalidade constitui não apenas no ato de hospedar, mas principalmente, receber o turista como um indivíduo com necessidades, desejos a serem correspondidos, e fazer com que ele perceba que não é apenas objeto de lucro para a comunidade receptora.

Tal fato manifesta-se principalmente através da boa infra-estrutura do destino receptor, do preparo dos profissionais de turismo e da conscientização da população local.

Levando em consideração a constante necessidade de aperfeiçoamento dos serviços prestados aos turistas, volta-se principalmente para o planejamento da hospitalidade, para que esta se torne um diferencial e a viagem satisfaça-os plenamente.

Diante do exposto ao longo deste trabalho, percebe-se a importância de se investir em uma capacitação dos profissionais envolvidos com as atividades turísticas, voltada para a cultura da hospitalidade, questão esta que interfere, de forma decisiva no sucesso do setor turístico.

Os profissionais que trabalham na área precisam estar devidamente capacitados de forma a atender, satisfatoriamente, aos desejos dos turistas.

A preocupação com a hospitalidade não deve ser apenas com a qualidade nos serviços e conforto do turista, mas na sua satisfação voltada aos sentimentos e experiências deste turista. O “ser bem recebido”, será possível apenas com serviços de boa qualidade, que se tornam um diferencial a partir do momento que forem oferecidos aos turistas não apenas em um ser humano para atendê-los na sua necessidade, mas em alguém preocupado com o seu bem estar.

O turismo no mundo sofre um rápido crescimento, agora consciente, em favor do desenvolvimento sustentável, preocupando-se em atender as necessidades do momento sem comprometer as gerações futuras.

Em virtude disso, é necessário ressaltar que nos próximos anos a população mundial continuará a crescer, que as férias longas serão substituídas por curtas e múltiplas férias ao longo do ano, os avanços tecnológicos serão cada vez maiores, as pessoas estudarão mais e estarão mais bem informadas, o que fará com que elas estejam abertas a novas experiências, porém estarão muito mais exigentes.

As viagens continuarão a crescer rapidamente e os clientes em geral buscarão cada vez mais serviços e produtos de qualidade, fazendo com que haja uma necessidade constante de aperfeiçoamento dos serviços prestados. O entretenimento torna-se um grande diferencial para aqueles que precisam e querem se destacar no mundo competitivo.

No século XXI, o processo de globalização e a quantidade de informações que devem ser processadas pelas pessoas, deixam o mundo mais complexo e incerto.

A arte do bem receber, torna-se indispensável, e deve ser agregada a um serviço de qualidade permitindo a satisfação do turista. Desta forma, com capacitação da mão de obra, visando sempre a qualidade, o empreendimento e/ou a destinação turística estarão menos vulneráveis às incertezas do futuro.

¹Termo empregado por Mário Carlos Beni no livro *Análise Estrutural do Turismo* (2001).

Referências Bibliográficas

BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC, 2001.

CASTELLI, Geraldo. *Administração hoteleira*. 9. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2001. (Coleção Hotelaria).

LOOCWOOD, A.; MEDLIK S. (Org). *Turismo e hospitalidade no século XXI*. Tradução Eliana Keeling, John Keeling. Barueri: Manole, 2003.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Turismo e qualidade, tendências contemporâneas*. São Paulo: Papirus, 1999.

WALKER, John R. *Introdução à hospitalidade*. Tradução Élcio de Gusmão Verçosa Filho. Barueri: Manole, 2002.