

A IMPORTÂNCIA DO CONCIERGE NA HOSPITALIDADE EM RESORTS DE FLORIANÓPOLIS

Ralfran Marques Sousa¹

Risolete Maria Hellmann²

Resumo: A hospitalidade oferecida e percebida na hotelaria pode ser estudada sob múltiplas perspectivas, pois implica receber, hospedar, alimentar e entreter. Essas dimensões envolvem a infra-estrutura e a atuação humana no empreendimento. Essa exige um grupo de profissionais qualificados com habilidades próprias do bem receber para promover a hospitalidade. Entre eles, o concierge que atua em resorts desempenhando o papel de anfitrião na recepção do hóspede e atendendo às suas solicitações durante sua estadia. Em um estudo exploratório e descritivo, por meio de um levantamento bibliográfico e de pesquisa de campo, buscou-se conhecer o trabalho de concierge, o setor em que atua, o perfil desse profissional e sua importância no resort em que realiza esse trabalho além da percepção dos hóspedes a esse acolhimento. Com o objetivo de verificar esse tipo de atendimento, foram feitas entrevistas com os gestores e concierges dos empreendimentos, além da busca de avaliações de hóspedes, publicados no TripAdvisor para poder-se entender as contribuições do concierge na hospitalidade dentro da hotelaria. O concierge dentro do resort está incumbido de prestar serviços aos hóspedes na compra de ingressos de teatro ou shows, reservas em restaurantes, passeios turísticos nas melhores empresas parceiras tornando uma experiência positiva com o serviço.

Palavras-Chave: Hotéis, Concierge, Hospitalidade.

Abstract: The hospitality offered and realized in the hotel management can be studied under multiple perspectives, since it implicates to receive, to put up, to feed and to entertain. These dimensions wrap the infrastructure and the human acting in the undertaking. That one demands a group of professionals qualified with skills own to the good to receive to promote the hospitality. Between them, the concierge that acts in resorts fulfills the host's paper in the reception of the guest and pays attention to the solicitations of the guests during his stay. In an exploratory and descriptive study, through a bibliographical lifting and field work, it was looked to know the work of concierge, the sector in which it acts, the profile of this professional and his importance in the resort in which it carries out this work besides the perception of the guests to this welcome. With the objective to check this service type, they were made glimpsed with the gestores and concierges of the undertakings, besides the search of guests; evaluations, published in the TripAdvisor to be able to understand the contributions of the concierge in the hospitality inside the hotel management. The concierge inside the resort is incubated to provide services to guests in buying theater tickets or shows, restaurant reservations, sightseeing in the best partner companies making a positive experience with the service.

Keywords: Hotels, Concierge, Hospitality.

1 Graduando em Superior de Tecnologia em Hotelaria do Instituto Federal de Santa Catarina. E-mail: ralfransc@gmail.com

2 Doutora em Literatura, docente no Instituto Federal de Santa Catarina, orientadora da pesquisa. E-mail: risolete.hellmann@ifsc.edu.br

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Cândido e Vieira (2003, p.49), “o hotel é uma atividade permanente de prestação de serviços que opera 24 horas por dia, durante o ano inteiro, e seu principal produto, a diária hoteleira, é altamente perecível”. Os autores acrescentam ainda que estes estabelecimentos comerciais estão destinados a acolher, alimentar e entreter pessoas.

Para Beni (2001, p. 195),

o hotel é uma empresa de prestação de serviços e diferencia-se de outros estabelecimentos industriais ou comerciais. Enquanto na indústria pode-se planejar o número certo de equipamentos, instalações e pessoal para um determinado tipo de produção, o mesmo não acontece com a hotelaria, que fica no aguardo dos clientes para pôr em funcionamento seu esquema de produção.

Os meios de hospedagem, classificados como: hotel, resort, hotel fazenda, cama e café, hotel histórico, pousada e ainda flat/apart-hotel, além de hospedar, alimentar e entreter, durante a hospedagem, também precisam saber acolher por meio da recepção de forma simpática e gentil, como só um bom anfitrião pode fazer. Ou seja, esse quarto pilar da hospitalidade é essencial para adquirir o sucesso na conquista do hóspede.

Conforme Castelli (2003), hoje em dia, mais do que satisfazer desejos e necessidades dos clientes, “[...]é preciso encantá-los. Para tanto, pelo menos atender, e talvez exceder, às expectativas dos clientes.” Ao superar as expectativas, é provável que haja aumento da satisfação e essa é, conseqüentemente, uma ferramenta especial para geração de renda do hotel.

Castelli (2005, p. XII) valeu-se das palavras de Gouirand (1994) quando esse disse que “sem uma boa acolhida, não existe turista satisfeito e que é da qualidade da acolhida, que depende essa satisfação”.

Obviamente, como explica Plentz (2006, p.1) a hospitalidade “[...] abrange não somente a acomodação, mas também a alimentação, o conforto e o acolhimento, proporcionando ao visitante uma sensação de bem-estar, ou seja, um conjunto complexo que envolve questões físicas e emocionais”. Complementando esse pensamento, Camargo (2004, p. 52) explica que “hospitalidade pode ser definida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural”.

Entre esses profissionais, o concierge, que atua preferencialmente em resorts, desempenha o papel de anfitrião na recepção do hóspede e preocupa-se em atender às solicitações dos hóspedes durante sua estadia. Ele é o responsável por fazer com que o hóspede se sinta o mais realizado e satisfeito possível ao longo do período de hospedagem.

Os concierges entendem que cada hóspede tem sua própria história e necessidades, e é movido por diferentes razões para estar ali, seja a trabalho ou lazer em família. E que a última coisa que deseja, é ser tratado apenas como um ocupante provisório de um número de quarto. Ao contrário: quer ser reconhecido e ter suas expectativas atendidas e até superadas.

Considerando as múltiplas possibilidades de estudo sobre a hospitalidade oferecida e percebida por turistas em meios de hospedagem (PRZYBYLSKI, 2008), esta pesquisa buscou verificar, por um lado, a oferta de hospitalidade, enquanto ato humano de concierges que atuam em resorts e, por outro, a percepção desse acolhimento por parte de hóspedes dos mesmos empreendimentos. Atualmente, em Florianópolis, Santa Catarina, apenas os resorts Costão do Santinho Resort All Inclusive e o Il Campanário Villagio Resort oferecem serviços de *concierge* aos seus hóspedes, esses foram selecionados objeto de estudo nesta pesquisa.

Sem a intenção de esgotar o assunto, procurou-se caracterizar aspectos relativos à profissão do concierge, demarcando a legalidade da sua atuação em resorts e mostrar a importância desse profissional para proporcionar a hospitalidade aos hóspedes.

2. A PROFISSÃO DO CONCIERGE

Contemporaneamente, concierge ainda é uma profissão pouco conhecida pela maioria das pessoas que buscam hospedagem em empreendimentos hoteleiros, mas a atividade teve origem na Europa do século XIX. Naquele período, o nome Concierge (de origem francesa) significava “guardião das chaves”. Ele era o responsável por fornecer tudo o que os hóspedes da nobreza necessitavam durante sua estada em castelos.

Hoje, porém, tornou-se uma prática comum adquirir os serviços de um concierge, para além dos empreendimentos hoteleiros, como companhias aéreas, shoppings, prédios públicos, entre outros. O trabalho deles é aconselhar e orientar com atenção as dúvidas de quem transita por esses ambientes e podem ser encontrados, normalmente, no hall de entrada, prontos para satisfazer qualquer necessidade dos clientes.

Na hotelaria, o papel desse profissional consiste em atender todas as necessidades do cliente, respeitando a ética e a moral do grupo no qual atua, independentemente do tipo de empreendimento em que está inserido. Esse atendimento inicia na receptividade do hóspede, como um anfitrião, e deve se manter durante todo o período da hospedagem. Por isso, o local de trabalho do concierge normalmente está próximo ao “centro de atividades do departamento de hospedagem”, ou seja, no *front desk*.

Nas palavras de Pérez (2014, p.64):

O front desk é um dos primeiros e geralmente o último (ou a recepção) ponto de contato com o hóspede, ele tem um papel muito importante pois controla, diariamente, o fluxo de entrada e saída de hóspedes. É geralmente chamado de “centro de atividades” do departamento de hospedagem, devido a quantidade de informação que processa.

Normalmente, a recepção é localizada em frente à porta de entrada do hotel e próximo ao *hall*. Dessa forma, é na recepção que o hóspede tem o seu primeiro contato com o empreendimento, seja para se hospedar, buscar informação ou apenas conhecer a estrutura. Como destacam Vieira e Cândido (2002, p. 53, grifo dos autores):

A recepção é o local onde o hóspede é primeiramente recebido em sua chegada, é a ‘sala de vista do hotel’. É na recepção que o hóspede é recepcionado formando sua primeira opinião sobre o hotel, e concepção final de uma hospedagem na hora do *check out*. É o local onde ele invariavelmente se direciona para solicitar informações, fazer reclamações eventuais, elogios e para pagar a sua conta na saída do hotel.

A conciergeria, ou a portaria social, é o local onde o hóspede busca solução para suas dúvidas e necessidades durante a sua permanência dentro do hotel. O hóspede pode se comunicar com este serviço pessoalmente ou via telefone. O cargo de concierge deve “proporcionar aos hóspedes, no lobby principal do hotel, um serviço de categoria e personalizado, oferecendo produtos de cortesia e prestando informações” (DAVIES, 2004, p. 142).

Quanto às funções que desempenham, Ismail (2006, p.154) coloca que:

Os concierges devem estar aptos a fornecer grande variedade de serviços para qualquer hóspede e são poderosos instrumentos para a satisfação. Alguns serviços por eles prestados são: reserva de companhias aéreas, de outros hotéis, de restaurantes, de locação de automóveis, compra de ingresso para teatros e eventos esportivos, providencia passeios, intérpretes, babás, informações sobre o hotel e sua localidade, mapas, guias e panfletos disponíveis.

Os concierges necessitam de diversos contatos relacionados a restaurantes, entretenimento e todo o trade turístico local. Isso porque quando o hóspede for solicitar, por exemplo, ingressos para um concerto no teatro e que já foi esgotado as vendas do bilhete, o concierge saberá a quem recorrer para obtê-los por outros meios.

Na maioria das vezes, a função desse profissional pode ser providenciar solicitações de hóspedes que também necessitem de apoio fora do hotel. Portanto, essas funções de acordo com Oliveira e Spena (2012, p.72) são:

- Comprar presentes ou algo específico;
- Providenciar serviços de cuidados para animais;
- Ir ao banco;
- Agendar atendimento médico;
- Providenciar tratamento de beleza;
- Alugar um helicóptero.

O concierge faz a intermediação entre o hóspede ao tipo de serviço desejado, além de ter as informações sobre a cidade e as atividades que podem ser feitas no entorno do hotel. Porém, cabe ao hóspede decidir o que utilizar a partir do que o profissional oferece.

Em alguns estabelecimentos, o concierge se responsabiliza pela guarda das chaves das Unidades Habitacionais (U.H.), entrega de correspondências e outros serviços de informações durante a estadia do hóspede.

Um concierge, em seu dia a dia de trabalho, lida com situações diversas, e muitas vezes inusitadas. Situações que vão desde coisas complicadas, como o aluguel de jatos particulares, ou até mesmo uma simples impressão de documento.

Como anfitrião da casa, o concierge tem o papel de pesquisar sobre o que seu hóspede gosta ou faz, para assim poder surpreendê-lo em sua chegada, já que ele está fora de casa e, às vezes, até longe da família. Como todos os dias são diferentes e cada pedido dos hóspedes pode ser único, a formação técnica ou superior necessária para um concierge não é claramente definida. Porém conhecimentos sobre tratamento à pessoas e atendimento carismático pode ser a chave para o sucesso na carreira.

Cândido e Vieira (2003, p.91) descrevem um perfil ideal:

Um concierge deve ter um perfil de 21 anos no mínimo, ter boa saúde, ter no mínimo seis meses de empresa para promoção, ter facilidade no trato com o público tanto interno como externo e ter boa fluência verbal. Alguns conhecimentos mínimos são necessários: 2º grau completo, domínio do inglês e outra língua, dominar técnicas básicas de informática. A formação ideal: formado em hotelaria, turismo ou administração, ou cursando, ter domínio do inglês ou cursando, ter curso básico de espanhol ou domínio do idioma, ter curso de combate a incêndio, ter curso de relações humanas no trabalho, ter curso básico de computação e comprovar participação em cursos, palestras e seminários específicos na área de hospedagem hoteleira e afins (telefonista, qualidade total em serviços e atendimento, etiqueta e protocolo).

Entretanto, a organização mundial da indústria, *Les Clefs d'OR* (LCD), ou “as chaves de ouro”, contendo quatro mil membros no mundo todo, determina alguns padrões para aceitar novos membros. De acordo com *Les Clefs d'OR* (2019):

Um par de chaves douradas cruzadas na lapela de um concierge é o símbolo de *Les Clefs d'Or*, a organização internacional dos concierges de hotel profissionais. Para entrar nessa organização prestigiada, os pretendentes devem ter pelo menos cinco anos de experiência no setor hoteleiro e serem patrocinados por dois membros atuais. Depois, eles precisam passar por uma análise rigorosa da diretoria.

Entre os requisitos, é necessário um mínimo de cinco anos de atuação na hotelaria, ao menos três anos atuando como concierge, além de cartas de recomendação de atuais membros. O alto nível de exigência para se tornar um membro do *Les Clefs d'OR* reforça a importância desse profissional em empreendimentos hoteleiros, no entanto, no Brasil, a legislação não obriga a sua presença em todas as categorias de hotéis.

3. O CONCIERGE EM RESORTS: A QUESTÃO LEGAL

Ter um local que sirva de abrigo, onde possa repousar em segurança, é uma das necessidades básicas do ser humano. Para suprir esta necessidade, surgiram os meios de hospedagem distribuídos por vários segmentos de mercado e também em tipologia e classificação, visando atender a todo o tipo de consumidor. Considerando consumidores com nível elevado de exigências, alguns documentos normatizam quais categorias de hotéis podem ou devem oferecer serviços de conciergeria.

Castelli (2003 p.59) faz referência sobre a necessidade da classificação hoteleira explicando que, na medida em que o turismo alcançava proporções mundiais, os governos passaram a exercer maior controle sobre os hotéis, através de determinações, que visavam assegurar a qualidade dos serviços, o grau de conforto e a oportunidade de escolha antecipada.

O Regulamento Geral dos Meios de Hospedagem, emitido pela Associação Brasileira da Indústria Hoteleira – ABIH – aponta a hotelaria como um “negócio”. Abstêm-se de qualquer sugestão, opinião ou proposta de normativa quanto à quantidade ou tipo de serviços, bem como alguma forma de oferecê-los, pois regulamenta a empresa como um todo, destinada a explorar ou administrar meio de hospedagem e que tenha em seus objetivos sociais o exercício da atividade hoteleira.

O Ministério do Turismo (2011), nos artigos 7º e 8º, descreve as diversas categorias e suas estrelas como: Hotel de 1 a 5 estrelas, Resort de 4 e 5 estrelas, Hotel Fazenda de 1 a 5 estrelas, Cama e Café de 1 a 4 estrelas, Hotel Histórico de 3 a 5 estrelas, Pousada de 1 a 5 estrelas, Flat/Apart-hotel de 3 a 5 estrelas. Nesse estudo, entre todas as categorias, verificou-se que, em Florianópolis, apenas nos resorts encontra-se o profissional concierge, pelo fato de ter uma infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento, diferentemente das outras categorias.

Ainda no regulamento SBClass do Ministério do Turismo (2011), a classificação para hotel quatro estrelas, o serviço de concierge é eletivo, ou seja, não é obrigatório oferecer aos hóspedes esse serviço. Já em hotéis classificados em cinco estrelas, esse serviço é mandatório, isto é, devem oferecer esse serviço. Porém o documento não especifica a quantidade de profissionais ou turnos que estes devem atender.

De acordo com o Booking.com (2019), em Florianópolis, existem três empreendimentos cinco estrelas, quais sejam: os dois resorts que são objetos desse estudo, além de um hotel, onde a presença de concierge é eletiva e não disponibiliza os serviços desse profissional. Questionado via e-mail a respeito de não possuir o atendimento de concierge, sendo que é visto como hotel cinco estrelas, obteve-se como resposta, que a recepção está preparada para atender as solicitações que possam vir a ocorrer e não há necessidade de um concierge.

4. CONCIERGE E A HOSPITALIDADE

A palavra hospitalidade (*hospitalité*) deriva do francês *hospice* (asilos, albergues), que significa “dar ajuda/abrigo aos viajantes” (WALKER, 2002). Porém, Camargo (2004, p. 52) define hospitalidade como: “o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural”. Tais pontos de oferta de hospitalidade dentro do hotel podem ser notados na recepção com as expressões de boas-vindas, em forma de reverência, ou quando o quarto reservado está limpo e pronto para entrada do hóspede no horário estabelecido. Assim como, quando o café da manhã está montado na hora certa e a reposição de alimentos está sendo feita e, por fim, os espaços de lazer e equipamentos de entretenimento estão livres e em boas condições para serem utilizados ou em muitas outras circunstâncias.

Apesar de a hospitalidade depender destas quatro dimensões (recepcionar, hospedar, alimentar e entreter) as contribuições do concierge na oferta da hospitalidade está relacionada, principalmente, à dimensão “recepcionar”, acolher as pessoas que batem à porta, seja em casa, na cidade ou no hotel. No entanto, também está na ação de entreter e alimentar quando consegue um ingresso de um atrativo já esgotado ou consegue fazer a reserva em um restaurante disputado.

Lashley e Morrison (2000, p.19) explicam que “A função básica da hospitalidade é estabelecer um relacionamento ou promover um relacionamento já estabelecido”. Ao atender, o concierge estabelece esse relacionamento com o hóspede e, dessa forma, procura resolver os problemas dele, fazendo com que ele se sinta acolhido.

O concierge faz um atendimento diferenciado dos outros serviços prestados pelo resort, mas sempre mantém seu atendimento com igualdade entre os hóspedes. Ele precisa ser uma fonte de informação segura para o hóspede sobre opções fora do empreendimento e esclarecer dúvidas de equipamentos turísticos da cidade que podem estar divulgados na internet. O profissional da área “abre as portas da cidade” para o hóspede, informando ao cliente sempre a

melhor opção do que fazer, onde ir, como de chegar, etc. É preciso estar preparado para atender as necessidades dos hóspedes, sempre com boa vontade.

Nesse sentido, entende-se que a função desse profissional está diretamente relacionada à hospitalidade que consiste em:

Oferecer uma dádiva ou hospitalidade é sacrificar algo que se tem em favor do donatário ou do hóspede. Agradar ao hóspede implica em abrir mão de algo que se tem em favor dele. Esse algo pode ou não implicar dispêndio de dinheiro. Pode ser apenas um cafezinho já passado. Pode ser apenas tempo, moeda tão cara na vida moderna. (CAMARGO, 2004, p.20).

Estar sempre disponível a ajudar é o lema quando se refere a algo do qual o profissional depende de tempo e habilidades para conseguir realizar o que lhe foi pedido. Assim, o concierge disponibiliza toda a sua dedicação para a realização dos pedidos de um cliente, que é a pessoa mais importante naquele momento específico.

A importância do concierge na oferta de hospitalidade pode ser vista no atendimento personalizado para o hóspede, pois ele é o agente essencial para a realização de ações que tem como finalidade a satisfação do cliente e superar suas expectativas. Camargo (2003, p.15-17) afirma que a oferta de hospitalidade faz a diferença naquela sensação de bem-estar e de boas-vindas, difícil de definir e de explicar. Muitos meios de hospedagem, ao oferecerem o serviço personalizado, buscam materializar tais percepções, seja no tratamento do hóspede pelo nome, na colocação dos travesseiros de preferência do cliente, ou no simples e sincero “Seja bem-vindo!”.

Ao ter êxito na execução dos desejos do hóspede, o concierge, na maioria das vezes, conquistará a fidelidade do cliente. Essa conquista é essencial para a propagação de uma imagem positiva do estabelecimento, assim como a satisfação do cliente passou a ser essencial para qualquer empreendimento, pois muitas vezes satisfação significa fidelização, traduzindo-se em ganhos econômicos e, conseqüentemente, lucro para o estabelecimento. Além disso, Magalhães (2006, p.78) explica que “pesquisas empíricas revelam que o custo de atrair um novo consumidor é cinco vezes maior do que um custo de manter um consumidor fiel.”

Entende-se que uma hospedagem acompanhada de hospitalidade é, sem dúvida, o desejo de todo e qualquer hóspede dentro de um resort. Desejo este que nem sempre acontece, pois o fato de existir uma oferta substancial em termos de equipamentos de hospedagem, não traduz como consequência a hospitalidade. “O negócio principal da hospitalidade é a criação de experiências memoráveis por meio de serviços que supram as necessidades dos hóspedes”. (CHON e SPARROWE, 2003, p.9). O concierge bem formado com esse perfil tem as habilidades necessárias para proporcionar ao hóspede essas experiências memoráveis e, conseqüentemente, sua satisfação e fidelização.

Na hotelaria, a hospitalidade proporcionada pelo concierge é comercial, isto porque envolve a troca do serviço pelo valor pago ao hotel. Porém, isso não deve representar a imparcialidade ou frieza no comportamento daquela que recebe devido ao pagamento pela hospedagem. Nesse sentido, Avena (2006 p.145) esclarece que a hospitalidade “é um conceito que histórica e antropologicamente acompanha o homem e é o que transforma o estranho em hóspede”. O autor enfatiza que esse tipo de hospitalidade vai além dos laços comerciais, pois existem entre ele e seu cliente, laços humanos quase familiares.

De acordo com Júnior e Guimarães (2012) a literatura dessa área considera que o “produto” do serviço é tido como algo intangível e naturalmente instável. O serviço requer a interação e participação do colaborador com o hóspede. Por outro lado, na hospitalidade tangível estão espaços em que hóspede precisa para descansar, trabalhar e ter suas refeições, ou seja, uma boa estrutura que seja de qualidade. Já o atendimento, cortesia, solicitude e cuidados ao hóspede é o que chamamos de serviços intangíveis.

A dimensão intangível da hospitalidade contribui da distinção entre serviços e produtos, pois se caracteriza pela abstração e não pode ser medido ou controlado e é extremamente sutil. E o que é considerado bom para um cliente, pode não ser para outro, pois cada um participa com sua subjetividade. Assim sendo, a avaliação da qualidade também depende da percepção do cliente. A dimensão intangível faz parte do atendimento, seja através do discurso ou da comunicação não verbal; os gestos, a postura, as expressões faciais, o tom de voz”. (GUERRIER, 2000, p. 64).

Além disso, a hospitalidade oferecida pelo concierge também pode resultar em produtos tangíveis, ou seja, pode ser notada na simples entrega de um bolo surpresa a um hóspede, ou até mesmo na entrega de um ingresso cortesia para assistir um show. Diferente da intangível que seria um sorriso, ou uma saudação de boas-vindas, por exemplo.

Para Giansi e Corrêa (2006), a percepção da hospitalidade é formada em cada momento em que o cliente está em contato com a empresa fornecedora do serviço. Esses autores também afirmam que esse acolhimento oferecido e percebido sofre influência tanto da prestação do serviço em si, como da comunicação transmitida ao cliente por meio do ato de recepcionar, hospedar, alimentar ou entreter.

A existência ou não da hospitalidade, por parte do anfitrião, irá fazer toda a diferença na experiência vivida pelo visitante ao perceber que está sendo bem tratado. A consequência dessa prática será a lealdade com o hotel, ao contrário daquele que se sentiu hostilizado por algo que o deixou insatisfeito. Consequentemente, essa insatisfação irá gerar uma imagem negativa para o

resort em sites de avaliação. Hoje, com tanta tecnologia, os hóspedes têm acesso fácil e rápido às plataformas digitais de avaliação e nelas podem ser consultadas experiências de diversos resorts pelo mundo, e assim ajudando outros futuros hóspedes a decidirem onde ficar.

5. METODOLOGIA

Este estudo foi delineado como exploratório e descritivo, com a pesquisa de campo associada ao levantamento bibliográfico. A pesquisa descritiva é a mais adequada, pois o tema pesquisado é relativamente novo na área de hotelaria e esse tipo de pesquisa procura descobrir, descrever ou mapear padrões de comportamento em áreas ou atividades que não foram previamente estudados (VEAL, 2011). Concomitantemente, caracteriza-se como exploratório quanto ao objetivo de mostrar a importância da atuação dos concierges na oferta da hospitalidade em resorts de Florianópolis. Araújo e Oliveira (1997) afirmam que os estudos exploratórios procuram desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, o que muitas vezes serve como ponto de partida para planejamento de pesquisa descritiva ou explicativa.

Quanto aos procedimentos a pesquisa se configura um levantamento bibliográfico, o qual buscou compreender a profissão do concierge sua relação com a hospitalidade. Os principais autores que contribuíram com o trabalho foram: Camargo (2004), Castelli (2005), Candido e Elenara (2003) e Walker (2002).

A pesquisa de campo é utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, de descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Para Lakatos e Marconi (2010), a pesquisa de campo consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes, para analisá-los. Todos os procedimentos ocorreram em várias etapas:

Primeira etapa: Por meio de uma consulta ao TripAdvisor (2019), identificou-se os dois únicos resorts em Florianópolis, Santa Catarina, que oferecem o serviço de concierge, em um contexto de 1.214 meios de hospedagem, classificados em Pousada, Albergue, Condomínio, Cabana, Hotel, Villa, Acampamento e Resort. Identificados os Resorts Costão do Santinho e Il Campanário como os que oferecem os serviços de concierge, determinou-se a amostra da pesquisa por conveniência.

Segunda etapa: A pesquisa de campo ocorreu tendo como instrumento um roteiro de entrevistas semiestruturadas, sendo realizada com os concierges e seus gestores nos dois empreendimentos hoteleiros em agosto de 2018 com intuito de entender como funciona a hospitalidade no setor de conciergeria dentro da hotelaria.

Terceira etapa: Na sequência, levantou-se a opinião de hóspedes que foram atendidos por concierges nos mesmos resorts, objetos deste estudo, no site TripAdvisor de forma mais específica utilizando o filtro: **resort, concierge, hospitalidade, acolhimento, oferta de serviços e atendimento** no período de janeiro de 2018 à abril de 2019

Quanto à abordagem dos dados utilizou-se o método qualitativo, pois não busca enumerar ou medir eventos. Ela serve para obter dados descritivos que expressam os sentidos dos fenômenos (NEVES, 1996, p. 1).

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na investigação sobre os serviços de concierge nos dois resorts selecionados nessa pesquisa, buscou-se analisar a prestação de serviços sob três perspectivas diferentes: a opinião dos gestores, o ponto de vista do colaborador que desempenha a função de concierge e dos hóspedes que usufruíram de alguma forma o serviço desse profissional.

A PERSPECTIVA DOS GESTORES

O Resort Costão do Santinho possui um total de 580 unidades habitacionais e oferece serviço de Concierge desde 1993. Já o Resort Il Campanário com seus 288 quartos, oferece o serviço desde dezembro de 2008.

O roteiro foi baseado em dez questões abertas, possibilitando assim um maior aprofundamento por parte dos gestores. Inicialmente, ao serem indagados sobre as razões que os levaram para contratação de concierges nos resorts em que gerenciam, a resposta de ambos foi semelhante: “[...] a contratação foi necessária para ter um atendimento mais pessoal e que promovesse um auxílio direto na necessidade do hóspede.”(Gestores dos Resorts, 2018)

Percebe-se que o gestores afirmam a importância de estabelecer laços mais humanos com seus hóspedes, quando afirmam a necessidade de proporcionar uma relação mais pessoal com cada hóspede.

Castelli (2003) enfatiza que, hoje em dia, mais do que satisfazer desejos e necessidade dos clientes, “[...] é preciso encantá-los. Para tanto, pelo menos atender, e talvez exceder as

expectativas dos clientes.” Quanto ao tipo atendimento do concierge junto aos hóspedes, o gestor do Il Campanário respondeu ser basicamente o *VIP (Very Important Person)*, personalizado com mimos, *vipagem* de unidades habitacionais, além do acompanhamento durante toda a estadia do hóspede. Diferentemente do gestor do Costão do Santinho, quando diz que o atendimento é diferenciado dos outros hóspedes e cita como exemplo o *check-in* privativo e que também pode ser oferecido *champagne* de boas-vindas e um *menu* especial. Nesse sentido, Castelli (2005) diz que “sem uma boa acolhida, não existe turista satisfeito e que é a qualidade dessa acolhida que o encantamento acontece”. Então, seja *vip* ou não, o atendimento deve ser feito da forma mais especial possível, o acolhimento deve acontecer o tempo todo.

Segundo Camargo (2004, p.20), a função desse profissional está relacionada a hospitalidade que consiste em oferecer uma dádiva ao hóspede ou abrir mão de algo em favor desse cliente, fazendo com que a solicitação seja respondida.

Quando questionados sobre a vantagem de tê-los no quadro de funcionários, o gestor no Il Campanário evidenciou a percepção de serviço diferenciado junto ao hóspede. Diferentemente do gestor do Costão do Santinho que informou ter uma equipe numa central para atender os pedidos mais simples e deixando com a concierge as solicitações que requerem um maior cuidado. Essa posição remete a afirmação de Ismail (2006, p.154) quando diz: “os concierges devem estar aptos a fornecer variedades de serviços para o hóspede [...]”.

Ambos os gestores ressaltaram a necessidade de saber idiomas e ter facilidade em comunicação para a atuação nesse cargo. O gestor do Il Campanário ainda acrescentou que a formação na área de turismo ou hotelaria e ainda conhecimento de tudo que acontece na cidade. Cândido e Elenara (2003, p.91) confirmam o que dizem os gestores nesse quesito quando cita a formação ideal do concierge quanto à formação e domínio de idiomas.

Quanto à frequência do atendimento do concierge para com hóspede, os dois gestores afirmaram que a busca pelo profissional ocorre diariamente e que sempre há alguém buscando informações.

A respeito da hospitalidade ser um fator de competitividade no mercado hoteleiro foi perguntado se o serviço de concierge contribui para esse fator e por quê? Os dois gestores responderam sim. No Il Campanário pela diferenciação do serviço prestado pelo concierge acompanhada e de toda sua infra-estrutura que é utilizada pelos hóspedes. No Costão do Santinho, o gestor procura passar a questão da hospitalidade através de treinamentos, não somente para o concierge, mas para todos os funcionários do resort, procurando fazer com que o hóspede se sinta acolhido em todos os espaços e em todos os momentos. Esses treinamentos

estão de acordo com o que coloca Petrocchi (2002 p. 23) quanto a hospitalidade percebida, quando diz que o conjunto de impressões do hóspede é decisivo para a sobrevivência do empreendimento.

A PERSPECTIVA DAS CONCIERGES

O roteiro para as concierges foi baseado em vinte e uma questões abertas, possibilitando assim um maior aprofundamento por parte das profissionais.

Quanto à formação, a concierge do Costão do Santinho é formada em Administração. Já a concierge do Il Campanário é Publicitária de formação com MBA em marketing pela FGV. Ambas ressaltam ser a primeira vez que atuam no ramo da hotelaria. A concierge do Costão do Santinho trabalha na área a cerca de cinco anos, sendo seu primeiro contato no mundo hoteleiro e antes desempenhava a função de mensageira e telefonista. A concierge do Il Campanário está cerca de 10 anos na hotelaria. Quanto ao perfil, elas atendem parcialmente o que descrevem Cândido e Elenara (2003, p. 91) a respeito do perfil ideal, ou seja, a formação superior em Administração ou em outras áreas.

Quando questionadas de como surgiu a oportunidade no resort, em especial no setor de conciergeria e outras experiências com atendimento ao público, a concierge do Costão do Santinho informou ter sido vendedora, fez estágio em atendimento no setor de patrimônio e transportes de uma empresa. E acredita que essas experiências obtidas com o público facilitou na função que exerce hoje na hotelaria. A concierge do Il Campanário ressaltou que a oportunidade surgiu quando uma funcionária saiu de férias e não tinha quem a substituísse e que suas experiências anteriores atendendo em lojas e depois com eventos facilitou sua entrada nesse setor.

Ambas ressaltaram, ao longo da entrevista, a importância de saber idiomas para a atuação. Afirmaram estar preparadas para atendimento em inglês e espanhol, mas que a demanda muda de um empreendimento para outro, sendo o espanhol e o português os mais procurados. Novamente Cândido e Elenara (2003, p.91) reforça a ideia da importância do conhecimento de idiomas.

Quanto à filiação na associação *Les Clefs d'Or Brésil*, a concierge do Costão do Santinho declara não ser membra porque seu trabalho é diferente de outros concierges, tanto pela magnitude do resort quanto por outras funções em que atua. Diferentemente da concierge do Il Campanário, membro atuante da associação e relata que esse grupo tem lhe proporcionado

contatos com concierges de todo o Brasil e, assim, pode dar um atendimento mais completo a seus hóspedes.

Ambas afirmam que para ser uma atuante da área, a pessoa interessada deve amar o que faz, ser simpática e conhecer bem a região onde pretende trabalhar. E que a fluência em outros idiomas é importante. Castelli (2003) comenta a satisfação do hóspede nesse processo de ser bem recebido e ter as expectativas superadas.

Quanto ao tipo de solicitação e tempo de resposta nesse setor, a concierge do Costão do Santinho, diz que o pedido mais feito a ela é bolo de aniversário, pois a maioria dos hóspedes vão ao resort comemorar datas festivas e esse pedido é atendido em média de cinco minutos. Em contrapartida, a concierge do Il Campanário recebe solicitações para reserva de restaurantes e que o tempo depende muito do que o hóspede necessita, não há um tempo exato. Faz sentido quando Ismail (2006, p 154) descreve que o concierge está apto a fornecer grande variedade de serviços dentro e fora do hotel.

Finalizando a entrevista, questionou-se o que cada uma vê de mais interessante nesse setor. A concierge do Costão do Santinho afirmou que lidar com diferentes tipos de pessoas do mundo todo, a troca de conhecimentos entre diferentes culturas, receber artistas, famosos, cantores e atores é o que diz ser mais gratificante. Já para a concierge do Il Campanário, o mais interessante é o contato com pessoas e estabelecimentos, pois afirma que seu serviço é um diferencial no atendimento, já que consegue agregar a exclusividade com a hospitalidade.

A maneira de mostrar a hospitalidade começa por viabilizar o tratamento personalizado ao hóspede, mesmo enfrentando a pressão e a correria do dia-a-dia, não deixando de surpreender o cliente com novas experiências. Cientes que todos os funcionários fazem parte do processo de hospitalidade, e cada serviço oferecido ao hóspede, seja recepcionando, hospedando, alimentando ou até mesmo entretendo, devem seguir a mesma direção, promover a hospitalidade.

PERSPECTIVA DOS HÓSPEDES

Foram levantados, no site *TripAdvisor*, comentários de hóspedes que utilizaram o serviço de concierge no que diz respeito à hospitalidade, acolhimento, oferta de serviços e atendimento no período de janeiro de 2018 à abril de 2019 nos dois resorts objetos de estudo nesta pesquisa.

Em ambos os empreendimentos foram encontradas poucas avaliações, tanto positivas quanto negativas.

COSTÃO DO SANTINHO

Quadro 1: avaliações da hospitalidade verificadas (aspectos positivos e negativos)

POSITIVOS	NEGATIVOS
“RESORT ESPETACULAR” “...agradeço muito a concierge a pela atenção, dedicação e carinho”.(Março, 2018)	“NÃO VALE O PREÇO, NÃO VÁ COM CRIANÇAS OU COM PESSOAS COM MOBILIDADE REDUZIDA” “... O concierge quando atendia, funcionava como telefonista, informando um outro ramal que também dificilmente atendia ao chamado”. (Janeiro, 2018)

Fonte: organizado pelo autor.

No quadro 1, observa-se no comentário positivo descrito acima o resultado do atendimento do profissional quando o hóspede agradece pela atenção, dedicação e carinho recebido do concierge durante sua estada no resort. Cândido e Elenara (2003, p.91) reforça a ideia da importância do concierge ter a facilidade em tratar o público tanto interno como externo.

Mas, percebe-se em outro atendimento, que a falta de atenção na solicitação do hóspede foi o motivo da insatisfação do hóspede, levando-o a deixar um comentário negativo no site de avaliação. Ismail (2006, p.154) lembra que o concierge é um poderoso instrumento de satisfação, mas nesse caso foi o contrário, gerando a insatisfação e, muito provavelmente, a não fidelização.

Já no Resort Il Campanário, há uma variedade de posicionamentos:

IL CAMPANÁRIO VILLAGIO RESORT

Quadro 2: avaliações da hospitalidade verificadas (aspectos positivos e negativos)

POSITIVOS	NEGATIVOS
-----------	-----------

<p>“BOA ESTRUTURA, MAS PODE MELHORAR”</p> <p>“... cheguei a pesquisar com o concierge o aluguel de scooter motorizada.” (Março, 2019)</p> <p>“ÓTIMA EXPERIENCIA”</p> <p>“... atendimento da equipe de concierge extremamente educados e atenciosos.” (Março, 2019)</p>	<p>“UM PÉSSIMO COMEÇO EM UMA BOA ESTADIA”</p> <p>“... o concierge chegou só após o almoço e que não atende a necessidade”. (Julho, 2018)</p> <p>“MOMENTOS MEMORÁVEIS”</p> <p>“...falha na comunicação entre o <i>room service</i> e concierge, resultou na ausência de confirmação de uma reserva num restaurante fora do hotel. (Setembro, 2018)</p>
--	---

Fonte: organizado pelo autor.

No quadro 2, observa-se no aspecto positivo que a função do concierge é colocada em prática quando cita que o hóspede foi pesquisar o aluguel de um transporte. Já outro hóspede declara que a equipe de concierge são extremamente educados e atenciosos. Ismail (2006, p. 154) lembra que o concierge está apto a intermediar o hóspede na locação de automóveis e que também estão prontos para fornecer uma variedade de serviços.

No aspecto negativo, observa-se que outros hóspedes não tiveram a atenção que esperavam desse profissional quando foram em busca de auxílio e notou a ausência desse concierge. Outra falha cometida, segundo o cliente em outro relato, foi que sua solicitação para reservar um restaurante fora do resort não havia sido confirmada, sendo que esse serviço é umas das principais funções desse anfitrião. Oliveira e Spena (2012, p. 72) deixam claro que está entre as funções do concierge, a responsabilidade de fazer reservas em restaurantes, assim como e outros estabelecimentos.

Acredita-se que pelo fato de esse profissional não ser muito conhecido, alguns hóspedes acabam não usando esse serviço durante sua hospedagem, talvez por isso sejam encontradas relativamente poucos comentários nos sites de avaliação.

Percebe-se que um dos motivos que leva a carência de comentários é a falta de divulgação do serviço diferenciado e personalizado nos próprios sites dos empreendimentos como estratégia de marketing e ao mesmo tempo tornando a profissão conhecida, explicando sua função e que esse atendimento é gratuito.

CONCLUSÃO

O concierge dentro do resort está incumbido de prestar serviços aos hóspedes, tais como: compra de ingressos para teatro ou shows, reservas em restaurantes e também na área de turismo, apresentar as melhores opções de passeios. Também têm como foco proporcionar experiência positiva levando a satisfação com o serviço.

No intuito de verificar a hospitalidade, enquanto ato humano de concierges que atuam nos resorts Costão do Santinho e Il Campanário, bem como a forma como os gestores se preocupam com a atuação de seus subordinados nessa oferta aos hóspedes, notou-se que os gestores consideram a hospitalidade como uma forma de estabelecer laços mais humanos, ter uma relação mais pessoal com seus hóspedes através do serviço de concierge. As profissionais afirmam ser capazes de oferecer esse serviço aos clientes e que estão sempre prontas, mas a hospitalidade percebida no serviço foi não igual para todos os hóspedes, pois as avaliações postadas no TripAdvisor não satisfizeram um grupo de clientes.

Por outro lado, ao verificar a percepção desse acolhimento por outro grupo de hóspedes dos mesmos empreendimentos, confirmou-se a atenção, dedicação e carinho dos concierges. Para outros, a ausência do profissional e a falta de responsabilidade com as solicitações geraram a insatisfação.

Uma das limitações notada que motiva a carência de comentários dos hóspedes no *TripAdvisor* é a falta de divulgação do serviço diferenciado e personalizado que o concierge oferece nos próprios sites dos empreendimentos. Essa pode ser uma estratégia de marketing e, ao mesmo tempo, torna a profissão mais conhecida, além de ressaltar que esse atendimento é gratuito.

Espera-se que a partir dos comentários negativos, os gestores repensem na ideia de inserir tal informação em sua plataforma como também recrutar mais profissionais desse setor para não acontecer de o hóspede ir procurar pelo serviço e não encontrar o profissional no local para atendê-lo.

O cliente sabe o que é bom e o que é ruim. Ele conta, hoje, com uma gama de opções de canais para se informar sobre as soluções e optar por hotéis que realmente ofereçam aquilo que precisam. Por isso, é fundamental o profissional entender como lidar com as expectativas dos clientes, pois grande parte do caminho para captar e fidelizar seus consumidores está na forma de recebê-lo.

A sugestão é que esta pesquisa desperte novos estudos que atualizem os dados do contexto estudado para que esse serviço venha a ser incluído em todos os meios de hospedagem e seja um incremento para o acolhimento na hotelaria de Florianópolis.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Aneide Oliveira; OLIVEIRA, Marcelle Colares. **Tipos de pesquisa**. São Paulo, 1997.
- AVENA, Biagio M. **Turismo, Educação E Acolhimento: Um Novo Olhar**. São Paulo: Roca, 2006.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 8. ed. São Paulo: Senac, 2001, p. 195 .
- CAMARGO, Luiz Otávio de lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004. Coleção ABC do Turismo.
- CÂNDIDO, Índio. VIERA, Elenara. **Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços**. Caxias do Sul: Educs, 2003.
- CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.
- _____. **Hospitalidade: Na Perspectiva Da Gastronomia E Da Hotelaria**. São Paulo: Saraiva 2005.
- CHON, K.S., SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade: Conceitos e Aplicações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- DAVIES, Carlos Alberto. **Cargos em hotelaria**. 3ª ed. Caxias do Sul: Educs, 2004. (Coleção Hotelaria).
- GIANESI, I. G. N.; CORRÊA, H. L. **Administração Estratégica de Serviços: operações para a satisfação de clientes**. São Paulo: Atlas, 2006. 233 p.
- GOUIRAND, Pierre. 1994. L 'Accueil Hôtelier. France, Paris: Editions BPI. __. 1996. Le Concept d' Accueil- Reconnaissance, Hospitalité et Matemage. Les Cahiers j;spaces, France, n. 48, p. 134-141.
- GUERRIER, Yvonne. **Comportamento Organizacional Em Hotéis E Restaurantes – Uma Perspectiva Internacional**. São Paulo: Futura, 2000.
- ISMAIL, Ahmed. **Hospedagem: Front Office e governança**. São Paulo. THOMSON. 2006.
- JUNIOR, Pedro Carlos Resende; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. (2012): **“Inovação em Serviços: O Estado da Arte e uma Proposta de Agenda de Pesquisa”**. Revista Brasileira de Gestão de Negócios. v. 14, n. 44, 293-313, Jul/Set. 2012
- LASHLEY, Conrad, MORRISON, Alison. (org). **Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas Para Um Mundo Globalizado**. São Paulo: Manole, 2004.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica: ciência e conhecimento científico, métodos científicos, teoria, hipóteses e variáveis**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa – características, uso e possibilidades. **Cadernos de pesquisa em administração**, São Paulo. V. 1, nº 3, 2ºsem. 1996

OLIVEIRA, Giovanna Bonelli; SPENA, Rosana. **Serviços em hotelaria**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012.

PÉREZ, Luis di Muro. **Manual prático de recepção hoteleira**. São Paulo: Roca, 2014.

PETROCCHI, Mario. **Hotelaria: Planejamento e Gestão**. São Paulo: Futura, 2002.

PLENTZ, R. S. . **Hospitalidade e a evolução das trocas humanas: economia de mercado ou economia primitiva?**. In: IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2006, Caxias do Sul. Anais do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul - CD ROOM do Evento - GT 14. Caxias do Sul, 2006.

PRZYBYLSKI, Inês Machado. **Hospitalidade sob o olhar do hóspede nos espaços do hotel** / Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo, 2008.

VEAL, A.J. **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo**. São Paulo: Aleph, 2011, p.29.

WALKER, John R. **Introdução à hospitalidade**. São Paulo: Manole, 2002.

SITES

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem, 2011**. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Entenda?tipo=1>. Acesso em: 04 abr. 2019.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem. LEGISLAÇÃO, Portaria 100/2011**. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Portaria.action> Consulta em: 23 abr. 2019.

LES CLEFS D'OR. Disponível em <https://www.lesclefsdor.com.br/concierge/> > Acesso em: 15 abr. 2019.

SEBRAE. **Hóspede quer atendimento personalizado e ser único**. Disponível em: <http://www.pr.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PR/hospede-quer-atendimento-personalizado-e-ser-unico,6f98e3931672e410VgnVCM1000003b74010aRCRD> .Acesso em: 18 mai. 2019.

TRIPADVISOR. **Hotéis. Tipo de Acomodação.** Disponível em https://www.tripadvisor.com.br/Hotels-g303576-Florianopolis_State_of_Santa_Catarina-Hotels.html> .Acesso em: 22 abr. 2019.