

# ADMINISTRAÇÃO DE SERVIÇOS HOTELEIROS: AUMENTAR A PRODUTIVIDADE SEM DIMINUIR A QUALIDADE

CIARDELLA, Danilo Monteiro<sup>1</sup>

BRIGUENTI, Viviane Moreira<sup>1</sup>

SILVA, Thiago Ferreira da<sup>2</sup>.

## RESUMO

Entende-se como Administração de Serviços, segundo K. Albrecht como sendo “um enfoque organizacional global que faz da qualidade do serviço, tal como sentida pelo cliente, a principal força motriz do funcionamento da empresa”. Analisando essa afirmação percebemos a grande importância do termo “global” na administração de empresas, seja ela de serviços ou não. Não deve existir um departamento próprio para lidar com a qualidade de serviço prestado. De acordo com G. Castelli “neste caso a qualidade fica limitada tão somente a um departamento, ou seja, a falta de qualidade não faz parte da preocupação global da empresa, mas tão somente daquelas pessoas a ele vinculadas.”.

**Palavras-Chave:** Administração de Serviços, Qualidade, Departamento.

## ABSTRACT

It's known as Services Administration, second K. Albrecht, as being a “global approach organization that makes out of the service quality, such as felt by the customer, the main force of the company's work”. Analyzing this affirmation we notice the big importance of the term “global” in the company's administration, wether it is service administration or not. There must not be an only department to deal with the quality of the services provided. According to G. Castelli “in this case the quality remains limited only to one department, which means, the lack of quality doesn't make part of the global concern of the company, but only of those people that are not linked to it.”

**Keywords:** Services Administration, Quality, Department.

## 1. INTRODUÇÃO

Considerando que a empresa seja um sistema na qual todos os colaboradores estão comprometidos com a busca de algum objetivo, neste caso, a qualidade de serviço, este sistema, segundo K. Albrecht, “faz da excelência do serviço prestado ao cliente uma missão reconhecida para todos os membros da organização, inclusive os administradores.”. Ou seja, ainda de acordo com o mesmo autor, “quando os administradores de todos os níveis estiverem preparados para compreender, apoiar e contribuir para a missão de serviço, começarão a fazer coisas certas para ajudar o pessoal de linhas de frente a cuidar dos clientes.

<sup>1</sup>Discente de Ciência Contábeis da ACEG-FAEG. julyssiessen@yahoo.com.br

<sup>1</sup> Docente de Ciência Contábeis da ACEG-FAEG FAEG. martaftome@yahoo.com.br

“Em vez de açoitar os funcionários por serviço deficiente, os administradores devem proporcionar a liderança e o apoio de que necessitam para que façam um bom trabalho.”.

O trabalho em questão trata o fato da produtividade em hotéis, que fazem parte das empresas prestadoras de serviços, mas também vende bens tangíveis, como comida nos restaurantes, lojas no espaço do hotel, frigobar, bar das piscinas, entre outros.

## **2. DESENVOLVIMENTO**

No caso de uma empresa de serviços, trata-se com venda de bens intangíveis, mas isso não significa que não existe a preocupação com a qualidade da produção tanto quanto as empresas automotivas, por exemplo. Pelo contrário, uma empresa que vende serviços deve se preocupar, e muito, com a qualidade prestada uma vez que seu principal foco é o cliente. Todas as atenções têm que ser voltadas para o cliente, os colaboradores tem que estar comprometidos com a qualidade de serviço como um todo, esteja ele participando direta ou indiretamente das vendas em questão.

Existem inúmeras áreas dentro de um hotel que devem estar interligadas com um sistema de informação muito eficiente e pessoas bem treinadas para executá-lo da melhor maneira possível, sem que ocorra qualquer erro que possa acarretar o mínimo desconforto para o cliente, o hóspede no caso. A recepção do hotel, a governança, o pessoal do restaurante principal, do bar das piscinas, seguranças, etc. Todos estes setores devem estar comprometidos em atender sempre às necessidades dos hóspedes e devem se comunicar entre eles para que o serviço seja prestado com o máximo de qualidade.

Esses sistemas de informação, assim como os materiais necessários para a existência, funcionalidade e manutenção das diversas áreas do hotel geram um custo muito alto para esta empresa. Existem algumas formas de se reduzir os custos de uma produção para aumentar a produtividade sem reduzir a qualidade do serviço ou produto. Uma dessas formas é a de eliminação de desperdícios que de acordo com G. Castelli é a eliminação de “todo o recurso gasto inutilmente na confecção de um produto, com matéria-prima, materiais, tempo, energia, mão - de - obra, métodos

de trabalho, equipamentos, etc.” Ainda segundo Castelli, “todos os desperdícios são custos que não agregam valor e por isso devem ser combatidos e totalmente eliminados.”.

O mau atendimento também gera desperdícios, e o principal deles, o cliente. Castelli diz algumas falhas imperdoáveis que certamente afastam de vez o cliente do hotel ou de qualquer empresa prestadora de serviços, principalmente,

tratar o cliente com ‘aquela cara de quem comeu e não gostou’, dando pouco caso a ele; Procurar ‘livrar-se’ do cliente, achando-o um chato; Tratar o cliente como se fosse um tolo; Interagir com o cliente com frieza, sem emoção; Simplesmente atender ao pedido do cliente. (CASTELLI, G. 2000).

A melhoria da qualidade também é uma forma de aumentar a produtividade. Investimentos em “Softwares”, que seriam os procedimentos, métodos e rotinas (maneira de se fazer bem as coisas); “Hardware”, equipamentos, terrenos, veículos. (ativo imobilizado); e “Humanware”, em que fazem parte os empregados, colaboradores (capital humano). (CASTELLI, G. 2000).

### **3. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A procura por melhores atendimentos é notável no mercado de trabalho. Com tanta competitividade e muitos produtos parecidos, a prestação de serviços acaba tornando-se o fator decisivo para o “comprar ou não comprar” do cliente. Giansesi(1994) aponta alguns fatores de influenciam no aumento da demanda por serviços:

- 1- Desejo de melhor qualidade de vida;
- 2- Mais tempo de lazer;
- 3- A urbanização, tornando necessários alguns serviços (como segurança, por exemplo);
- 4- Mudanças demográficas que aumentam a quantidade de crianças e/ou idosos, os quais consomem maior variedade de serviços;
- 5- Mudanças socioeconômicas como o aumento da participação da mulher no trabalho remunerado e pressões sobre o tempo pessoal;

- 6- Aumento da sofisticação dos consumidores, levando a necessidades mais amplas de serviços;
- 7- Mudanças tecnológicas (como o avanço dos computadores e das telecomunicações) que têm aumentado a qualidade dos serviços, ou ainda criado serviços completamente novos. (GIANESI,1994, p.17)

O presente trabalho procurou citar, com base em alguns autores, a importância da administração de serviços e o comprometimento de todos os colaboradores da empresa prestadora de serviços. Analisamos também, como é possível aumentar a qualidade prestada nos serviços, sem diminuir a produtividade, ou seja, a venda de serviços.

#### 4. REFERÊNCIAS

ALBRECHT, K. **Revolução nos serviços:** como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes. São Paulo: Pioneira, 1992.

CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira.** 7ed - Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

GIANESI, Irineu G. N.; CORRÊA, Henrique L. **Administração estratégica de serviços.** São Paulo: Atlas, 1994.

HAMPTON, David R. **Administração Contemporânea:** teoria, prática e casos. 3ªed. – São Paulo: Pearson Makron Books, 1983,1992