



RP/2024

Manual de Hospitalidade no Turismo



HOSPITALIDADE - UMA MARCA DO MATO GROSSO DO SUL

Em dezembro de 2018, o Ministério do Turismo divulgou o resultado de uma pesquisa realizada junto a turistas estrangeiros que visitaram o Brasil abordando o tema HOSPITALIDADE. Para nossa surpresa e satisfação, Mato Grosso do Sul foi considerado o ESTADO MAIS HOSPITALEIRO DO BRASIL.

Essa pesquisa mostra que nosso estado não é só privilegiado pela natureza, mas também comprova aquilo que sempre propagamos: somos um povo hospitaleiro.

O fato de nos destacarmos à frente de estados mais tradicionalmente associados à convivência com visitantes de outras nacionalidades, como Bahia e Rio de Janeiro, por exemplo, nos traz o grande desafio de não perder essa tão honrosa qualificação pois, com toda certeza, já foi iniciada uma verdadeira corrida em direção a esse título.

Certamente, o fato de “largarmos na frente” dessa corrida nos dá certa vantagem. Porém, ao mesmo tempo, nos impõe a condição de que devemos fazer o que for possível e necessário para manter nossa posição.

Uma das consequências do aumento no número de turistas que recebemos é a exigência cada vez maior da profissionalização e da qualificação dos serviços e das pessoas que estabelecerão contato direto ou indireto com os visitantes.

Os empreendimentos turísticos devem procurar profissionais ou capacitar seus funcionários de modo que estes sejam capazes de responder às demandas de um mercado cada vez mais competitivo, tanto regional, como nacional ou internacionalmente.

Estes desafios representam uma grande oportunidade para que empresários e empreendedores procurem desenvolver uma oferta turística mais atraente e de maior qualidade.

Neste contexto, a excelência no serviço e na melhoria dos recursos humanos devem estar presentes em todas as áreas relacionadas com o setor, e que fazem parte da cadeia do turismo, principalmente das profissões que envolvem maior contato direto com os visitantes, como recepcionistas, telefonistas, garçons, etc., assim como aquelas de contato indireto, como administradores e fornecedores de serviços.

A fim de contribuir para o fortalecimento da qualidade e do capital humano no setor turístico, e para melhorar a competitividade do setor, a FUNDTUR/MS elaborou este manual direcionado a diferentes segmentos do trade turístico, como: hospedagem, alimentação, agências de viagens e operadoras de turismo, para se identificarem como anfitriões e aplicar diariamente as boas práticas indicadas no conteúdo que se segue.

Todo aquele que tem contato direto ou indireto com o turista é um anfitrião. Dessa forma, todos são peças fundamentais para que a experiência do visitante seja memorável. Portanto, é extremamente essencial que cada um saiba que **ser hospitaleiro é a sua missão principal.**

Hospitalidade deve ser entendida como a arte de bem receber, de ser prestativo e de tratar o visitante como gostaria de ser tratado, o que é ainda mais evidente no caso dos serviços de hospedagem, alimentação e bebidas, transporte e recreação, pois está associado ao "saber receber, ajudar e cuidar do outro" no momento do atendimento.

As boas práticas de hospitalidade que pretendemos apresentar são propostas simples que priorizam a atenção nos momentos de maior proximidade com o turista, ou seja, a recepção (primeiro contato); a prestação de serviços e a despedida (último contato).

Essas boas práticas visam garantir oportunidades de cortesia e confiabilidade na prestação do serviço, que se traduzem em clientes satisfeitos, que desejem repetir ou reviver essa experiência e até mesmo recomendá-la a outras pessoas. São práticas fáceis de aplicar e que colocam os prestadores de serviços turísticos numa condição muito favorável no ato de se relacionar com seus clientes.

É importante considerar que essas práticas são dinâmicas e devem ser adaptadas à capacidade, contexto e mudanças de mercado da empresa, razão pela qual devem ser revisadas e atualizadas de tempos em tempos.

Dessa forma, as pessoas de qualquer unidade do estabelecimento, que por ventura tenham algum tipo de contato com o turista, seja pessoalmente ou por telefone, internet ou redes sociais, tornam-se personagens protagonistas, e sem escala de importância, no processo de hospitalidade de sua empresa.



PRINCÍPIOS DA HOSPITALIDADE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE



- *Hospitalidade com turistas*
- *Hospitalidade na recepção*
- *Hospitalidade no trabalho*
- *Hospitalidade em reservas*
- *Hospitalidade em comunicações*
- *Hospitalidade em vendas*

1. Os clientes de um empreendimento turístico têm todo o direito de exigir produtos de qualidade e entregues através de um serviço e consistência de alto nível.
2. Em uma empresa, cada indivíduo (administrador ou funcionário) é especial e a relação entre cada um deles deve ser sempre com respeito, carinho e preocupação, independentemente da hierarquia.
3. O trabalho em equipe, a inovação e a melhoria pessoal e profissional contínua são as chaves do crescimento e desenvolvimento de um negócio.
4. Fornecedores são empresas e pessoas que merecem atenção, preocupação e respeito e com os quais deve ser mantida uma relação muito próxima, uma vez que são uma parte vital de um negócio.

5. A busca pelo crescimento dos negócios deve ser constante e ininterrupta. Isso proporciona oportunidades de expansão, criação de novos empregos, geração de riqueza e, conseqüentemente, contribui para um maior desenvolvimento da comunidade direta ou indiretamente envolvida.

• PADRÕES GERAIS BÁSICOS

1. Todos os colaboradores e membros do empreendimento turístico devem ser treinados antes de poderem trabalhar sem supervisão direta, e devem dominar os seguintes assuntos:

- História, produtos, serviços e operação da empresa;
- Princípios básicos de atenção e atendimento a clientes (turistas);
- Padrões gerais básicos de apresentação pessoal;
- Padrões gerais de boa conduta no trabalho;
- Capacidade de comunicação em diversas situações;
- Técnicas de hospitalidade na atenção turística;
- Capacidade de iniciativa (proatividade).

2. Todos os clientes merecem atenção preferencial, sem distinção de qualquer tipo.

3. Os compromissos acordados com clientes, fornecedores e colegas de trabalho devem ser sempre cumpridos.

4. Os compromissos que, eventualmente, não puderem ser cumpridos, mesmo quando os esforços e medidas necessários foram tomados, devem ser comunicados imediatamente à parte afetada. Os devidos pedidos de desculpas e as justificativas correspondentes devem ser feitas e até, se necessário, assumir os custos diretos causados pela violação.

5. Devem ser feitos esforços para transmitir os padrões aos colegas, clientes e fornecedores, de modo que a cultura da hospitalidade e do serviço seja disseminada e colocada em prática permanentemente.

6. Os serviços devem sempre corresponder às especificações que são comunicadas aos clientes.

Obs.: Há questões particularizadas, mencionadas ou não neste manual, que devem ser projetadas e instruídas pela própria empresa.

• PADRÕES GERAIS BÁSICOS DE TRATAMENTO AO CLIENTE

1. Deve-se sempre dar atenção às necessidades e solicitações do cliente com gentileza e bom tratamento, dedicando o esforço necessário para enfrentar positivamente seu estado de humor, que pode ser variável todos os dias.

2. Deve-se sempre cumprimentar cordialmente o cliente, em qualquer que seja a situação.

3. Deve-se sempre usar um tom de voz caloroso e amigável para interagir com clientes e membros da equipe.

4. Nunca se deve fazer comentários negativos ou críticas sobre a empresa a um cliente.



5. A empresa, assim como seus funcionários, deve fazer um esforço especial para conhecer os clientes habituais, seus nomes e suas preferências. Dessa forma, será possível personalizar a atenção.

6. Quando, por qualquer eventualidade ou pela política da empresa, não for possível satisfazer uma solicitação de um cliente, a ele deve ser dirigido um pedido de desculpas seguido de uma explicação clara sobre a situação. A empresa deve definir um Protocolo de

Gerenciamento de Reclamações para evitar que situações, em princípio, de fácil solução possa se transformar em um problema de difícil de administração.

7. As comunicações com clientes e fornecedores, por qualquer meio, devem sempre ser respondidas de acordo com os prazos e modalidade estabelecidos nos respectivos padrões.



• PADRÕES GERAIS SOBRE O TRABALHO

1. Todos os colaboradores do empreendimento devem procurar enfrentar o seu trabalho com uma atitude positiva, utilizando o tempo de trabalho de forma produtiva e eficaz, contribuindo com ideias e iniciativas para melhorar os métodos e o ambiente de trabalho, afim de superar eventuais deficiências.

2. No trabalho, sempre se deve procurar exceder as expectativas dos clientes, colegas e superiores.

3. A empresa deve sempre estimular um clima de cooperação entre os colegas de trabalho, especialmente aqueles que enfrentam problemas ou apresentam dificuldades.

4. O cuidado com os bens e os ativos da empresa e dos clientes deve ser permanente, assegurando o bom uso, funcionamento e manutenção.



5. Respeito no tratamento entre os colegas de trabalho, que devem ser chamados, cada um, pelo próprio nome.

6. A equipe de colaboradores deve estar constantemente motivada, comunicando e valorizando com clareza as conquistas e avanços

obtidos. Por outro lado, apoiar firmemente a equipe para superar os aspectos que devem ser melhorados.

7. Gerentes e supervisores devem estar particularmente preocupados em manter seus funcionários clara e permanentemente informados sobre situações, notícias e notícias que afetam a empresa, seja positiva ou negativamente. Isso mostrará clareza nos propósitos da administração, fortalecerá o espírito da empresa e ajudará a eliminar a influência prejudicial dos rumores e dos boatos.

8. Deve ser uma preocupação especial dos chefes de cada área estabelecer uma liderança facilitadora, participativa e motivadora para seus colaboradores.

9. Linguagem clara e inequívoca sempre deve ser usada para se comunicar efetivamente com todas as pessoas.

• **PADRÕES GERAIS BÁSICOS PARA COMUNICAÇÃO TELEFÔNICA**

» **Ligações Internas**

1. Todas as chamadas devem ser atendidas até o quarto toque.

2. Todas as chamadas devem ser respondidas de maneira uniforme e cortês:

- Saudação: “bom dia”, “boa tarde””.

- Identificação do Departamento
“Administração”, “Recepção”

- Nome “(Sou) Auxiliadora, recepcionista”, “(Sou) João, gerente”...

- Identificando as necessidades do cliente “Em que posso lhe ajudar?”



» **Chamadas Externas**

1. Todas as chamadas devem ser atendidas até o quarto toque.

2. Todas as chamadas devem ser respondidas de maneira uniforme e cortês:

- Saudação: “bom dia”, “boa tarde””.
- Identificar a Empresa e o Departamento “Hotel Brasil, recepção”
- Nome “(Sou) Maria Auxiliadora, recepcionista”, “(Sou) José, vigia”...
- Identificando as necessidades do cliente “Em que posso lhe ajudar?”

» Outras situações

1. Se a chamada é para outra unidade (exemplo: Gerência), além de informar ao interlocutor, o atendente deve se colocar à disposição para rápido andamento da chamada.

2. Antes de transferir a chamada, é necessário certificar-se de que o destinatário esteja realmente disponível, informando claramente o procedimento (“Um momento, por favor, eu vou me comunicar com Maria, a gerente”). Em hipótese alguma deve-se transferir uma ligação sem a certeza de que esta será atendida, caso contrário, o interlocutor será deixado “no vazio”, situação simplesmente inconcebível.



3. Chamadas externas nunca devem estar esperando ‘na linha’. Se o cliente desejar aguardar, o operador do telefone deve verificar a cada 20 segundos, aproximadamente, se a pessoa deseja continuar aguardando ou prefere deixar a mensagem.

4. Todas as mensagens de telefone que exigem uma resposta devem ser respondidas pessoalmente pelo destinatário no prazo máximo de 24 horas.

5. Se, ao falar ao telefone, aparecer um cliente, deve-se manter contato visual com ele, para indicar que sua presença é notada.

6. Procurar nunca interromper uma conversa telefônica. Se isso for realmente essencial, desculpas devem ser oferecidas antes de fazê-lo.

O retorno à chamada deve ser o mais rápido possível. Em caso extremo, e em determinadas circunstâncias, deve ser oferecida a possibilidade de interrupção com o compromisso de retorno da ligação no menor tempo possível.

7. Ao se despedir, deve-se sempre usar uma frase amável que mencione a empresa e a satisfação pela ligação recebida. Exemplo: "O Hotel Brasil agradece por sua ligação... esperamos em breve...".

8. Ao final de uma conversa telefônica, o telefone só deve ser desligado depois do interlocutor, invariavelmente.

• BOAS PRÁTICAS - GERAL

A fim de alcançar um bom nível de serviço em hospedagem turística, é necessário disseminar, aplicar e exercer as Boas Práticas sistematicamente. Quando o serviço é baseado em Boas Práticas que atendem às expectativas do cliente, ele é alcançado, por um lado, para fornecer um serviço confiável, fluido e constante; e, de outro, incentivar os funcionários a obter um melhor desempenho de suas funções. Nesse sentido, é possível dizer que as Boas Práticas operam em benefício do cliente, do trabalhador, do negócio e da comunidade. Para obtenção de bons resultados nesse setor, considere os seguintes pontos:



1 - Tenha um programa de treinamento preparatório para que novos funcionários adquiram noções de:

- Indústria do turismo;
- O papel da empresa na indústria do turismo;
- O papel do colaborador dentro da empresa.

2. Todo o pessoal do estabelecimento, antes de trabalhar sem supervisão direta, deve ser treinado nos seguintes aspectos:

- Boas Práticas ao receber turistas;
- Boas práticas para a atenção do público;
- Boas práticas para a despedida de clientes;
- Princípios da hospitalidade;
- Padrões gerais básicos;
- Padrões em nossas negociações com o cliente;
- Padrões sobre o nosso trabalho;
- Padrões de comunicação telefônica;
- História, produtos, serviços e funcionamento da empresa.

• BOAS PRÁTICAS – RECEPÇÃO AO TURISTA

Os provedores de serviços que atuam diretamente ou participam de situações de recepção aos turistas devem utilizar as seguintes Boas Práticas:

1. O cliente sempre tem a prioridade; ele deve ser cuidado e ajudado, pois está longe de casa. Em outras palavras, trate-o como se gostaria de ser tratado.



2. Todos os que entram nas instalações devem ser sempre recebidos. Contato visual e atitude cordial (com um sorriso natural) devem ser estabelecidos assim que o visitante entra na área de serviço.

3. Use uma frase cordial para cumprimentar a pessoa, como: "Boa tarde senhor, seja bem-vindo ao nosso estabelecimento ...".

4. Cumpra os prazos de atenção e atendimento acordados. Caso a pessoa espere para ser atendida, relate esta situação com uma frase

gentil, como: "O Senhor você poderia esperar alguns minutos? Nós vamos atendê-lo imediatamente".

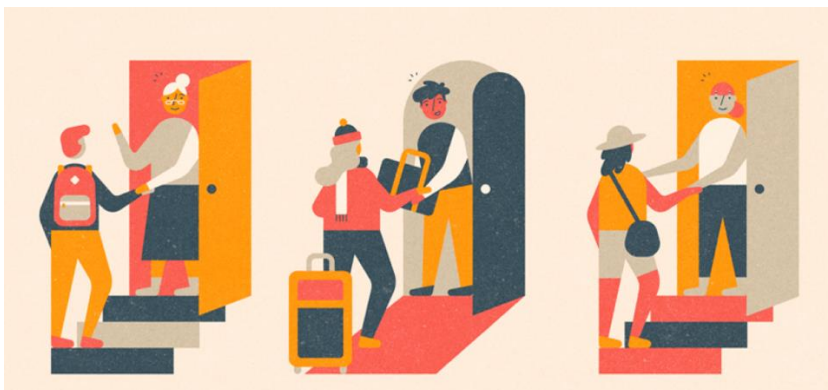
5. Mantenha um tom de voz amigável.

6. Mencione o nome do seu cliente sempre que possível.

7. Ter água, café ou uma bebida de boas-vindas ou frutas/biscoitos para os clientes. Eles podem se cansar da viagem e com sede.

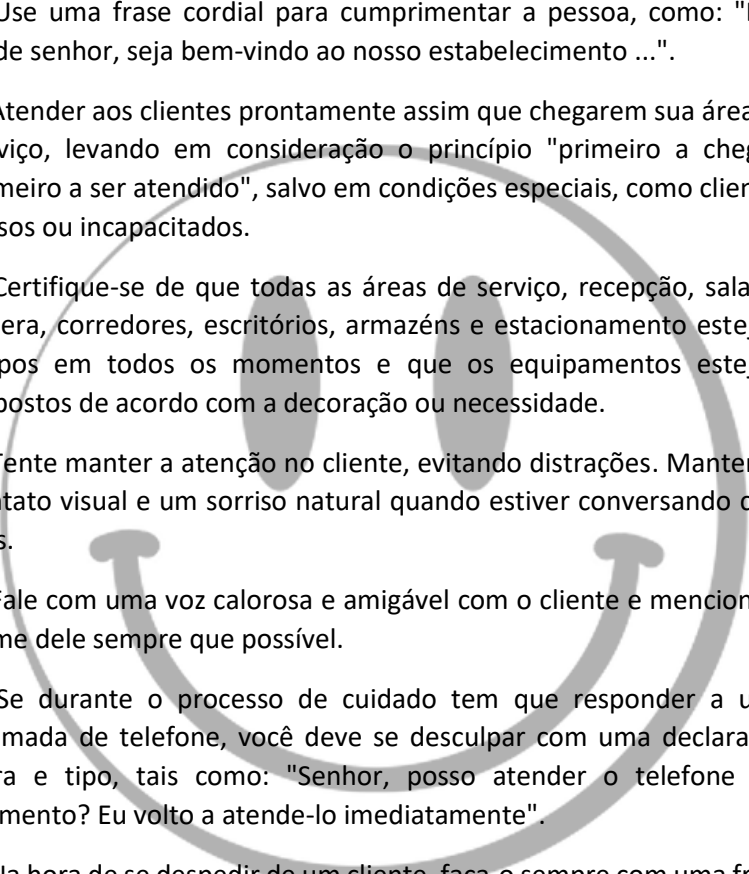
8. Você deve garantir que os quartos estejam na temperatura certa e pareçam aconchegantes.

• BOAS PRÁTICAS – ATENDIMENTO AO TURISTA



Existem diversas Boas Práticas que devem ser repetidas em diferentes momentos; mas é importante levá-los em consideração permanentemente. Os prestadores de serviços responsáveis por servir os clientes devem usar as seguintes Boas Práticas:

1. O cliente sempre tem a prioridade; ele deve ser cuidado e ajudado, pois está longe de casa. Em outras palavras, trate-o como se gostaria de ser tratado.

- 
2. Use uma frase cordial para cumprimentar a pessoa, como: "Boa tarde senhor, seja bem-vindo ao nosso estabelecimento ...".
 3. Atender aos clientes prontamente assim que chegarem sua área de serviço, levando em consideração o princípio "primeiro a chegar, primeiro a ser atendido", salvo em condições especiais, como clientes idosos ou incapacitados.
 4. Certifique-se de que todas as áreas de serviço, recepção, sala de espera, corredores, escritórios, armazéns e estacionamento estejam limpos em todos os momentos e que os equipamentos estejam dispostos de acordo com a decoração ou necessidade.
 5. Tente manter a atenção no cliente, evitando distrações. Mantendo contato visual e um sorriso natural quando estiver conversando com eles.
 6. Fale com uma voz calorosa e amigável com o cliente e mencione o nome dele sempre que possível.
 7. Se durante o processo de cuidado tem que responder a uma chamada de telefone, você deve se desculpar com uma declaração clara e tipo, tais como: "Senhor, posso atender o telefone um momento? Eu volto a atendê-lo imediatamente".
 8. Na hora de se despedir de um cliente, faça-o sempre com uma frase gentil e desejando um bom dia.
 9. Quando um cliente está se despedindo, ele deve ser questionado sobre a qualidade do serviço recebido. Se a opinião do cliente não é favorável, soluções alternativas devem ser oferecidas para alcançar sua satisfação antes que se retire e, em seguida, informar seu superior para que medidas de correção sejam implantadas imediatamente.

• BOAS PRÁTICAS – DESPEDINDO-SE DO TURISTA



A despedida de turistas é um dos momentos de maior impacto e a última oportunidade para garantir sua satisfação e superar especialmente suas expectativas. Os prestadores de serviços encarregados de dispensar clientes devem usar as seguintes Boas Práticas:

1. O cliente sempre tem prioridade.
2. Acompanhar o turista até a porta de saída é um bom sinal de serviço.
3. Toda despedida para o cliente deve ser calorosa e incluir frases como "muito obrigado por ter vindo", "esperamos que tenha gostado", pedir desculpas por qualquer eventualidade e sempre desejar um "bom dia".
4. Ofereça-se para chamar um táxi, e ajude-o com sua bagagem, se necessário.

» Acompanhe, sempre que possível, o turista até a porta de saída.

• BOAS PRÁTICAS - FATURAMENTO / COBRANÇAS / PAGAMENTOS



Os provedores de serviços que lidam com as tarefas administrativas relacionadas a faturamento, pagamentos e cobranças devem ter em mente as seguintes Boas Práticas:

1. O cliente sempre tem prioridade.
2. As faturas ou bilhetes devem ser entregues dentro do prazo acordado com o cliente.
3. A coleta de documentos deve ser feita na data estipulada, utilizando os meios estabelecidos e aceitos pelo cliente previamente.
4. O pagamento dos documentos ao fornecedor deve ser feito na data estipulada na fatura ou no contrato de prestação, utilizando os meios estabelecidos e previamente aceites pelo empreendimento turístico.
5. Todos os documentos associados aos processos de pagamento a fornecedores, faturamento ou cobranças aos clientes, devem ser acompanhados de mensagens padrão, especialmente elaboradas para cada processo e fase do mesmo.
6. Recibos devem ser sempre emitidos imediatamente aos pagamentos.
7. Sempre informe seu fornecedor quando o pagamento estiver disponível.

• **BOAS PRÁTICAS - SERVIÇOS DE ALIMENTOS E BEBIDAS**

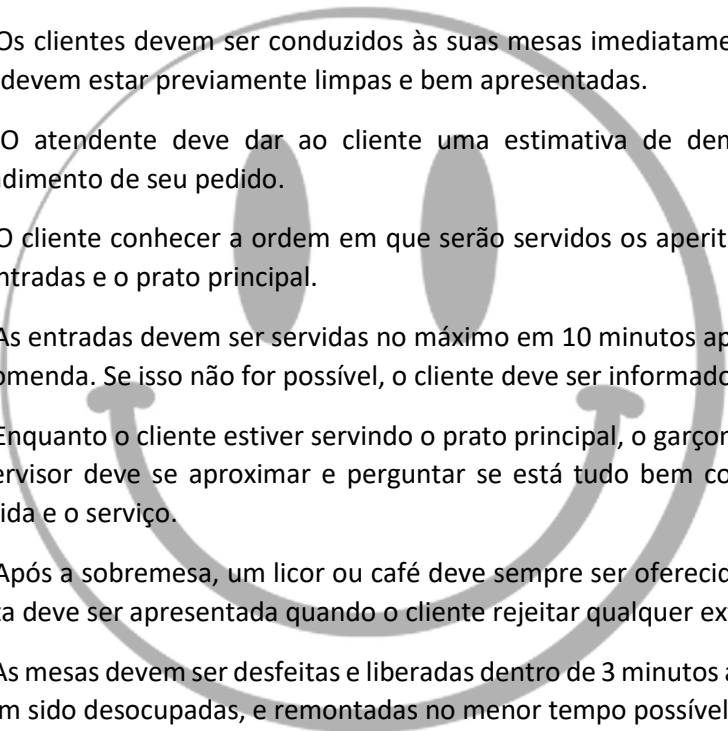
O que os clientes esperam? Agilidade no serviço (as coisas devem sair no horário);

- Higiene;
- Cortesia (contato visual, sorriso natural, palavras e gestos de uma pessoa educada);
- Segurança e Confiabilidade são fundamentais.



Os prestadores de serviços de restaurantes, bares ou lanchonetes devem usar as seguintes Boas Práticas:

1. O cliente sempre tem prioridade.
2. Todos os funcionários dos empreendimentos (cozinheiros, garçons e outros) devem sempre utilizar uniformes de acordo com os padrões mínimos de higiene e Padrões de Apresentação de Pessoal, definidos pela própria empresa.
3. Todos os pedidos devem ser atendidos com base na prioridade estabelecida para as preparações e a disponibilidade de recursos, independentemente do valor do pedido do cliente.
4. Todos os pedidos devem ser anotados de modo a não deixar dúvidas.
5. O atendente deve ter conhecimento e capacidade de explicar o sistema de serviço, esclarecer dúvidas e, se necessário, sugerir melhores alternativas ao cliente.
6. O atendente deve procurar conhecer particularidades (preferências ou restrições) do cliente, sabendo indicar as melhores opções disponíveis.
7. Antes de serem levados ao cliente, todos os pedidos devem ser verificados em sua apresentação, quantidade e conteúdo correto.

- 
8. Mantenha sempre a área de trabalho limpa e arrumada, com os equipamentos, materiais e utensílios armazenados, de acordo com o procedimento estabelecido.
 9. Um funcionário previamente designado deve sempre supervisionar o bom funcionamento da sala de jantar ou restaurante.
 10. Os clientes devem ser conduzidos às suas mesas imediatamente, que devem estar previamente limpas e bem apresentadas.
 11. O atendente deve dar ao cliente uma estimativa de demora atendimento de seu pedido.
 12. O cliente conhecer a ordem em que serão servidos os aperitivos, as entradas e o prato principal.
 13. As entradas devem ser servidas no máximo em 10 minutos após a encomenda. Se isso não for possível, o cliente deve ser informado.
 14. Enquanto o cliente estiver servindo o prato principal, o garçom ou supervisor deve se aproximar e perguntar se está tudo bem com a comida e o serviço.
 15. Após a sobremesa, um licor ou café deve sempre ser oferecido. A conta deve ser apresentada quando o cliente rejeitar qualquer extra.
 16. As mesas devem ser desfeitas e liberadas dentro de 3 minutos após terem sido desocupadas, e remontadas no menor tempo possível.
 17. Sempre sugerir sobremesas. Isso aumentará as vendas.
 18. Café com opções (descafeinado, expresso, etc.), adoçantes dietéticos e sal dietético devem estar sempre disponíveis.
 19. Louças sujas nunca devem ser visíveis. Tenha uma área com mesa de apoio para isso.

19. Os clientes devem sempre ser atendidos usando as Boas Práticas de Atenção.

20. Os atendentes devem saber servir o álcool com responsabilidade. Ser treinado neste aspecto irá ajudá-lo a cuidar melhor dos clientes e colaboradores.

• **BOAS PRÁTICAS - SERVIÇOS DE QUARTO**

Os funcionários de manutenção e limpeza e os que atendem os quartos, como camareiras, devem considerar as seguintes Boas Práticas:

1. O cliente sempre tem prioridade.

2. Todo o pessoal de empreendimento turístico deve utilizar sempre os uniformes, de acordo com os Padrões de Apresentação de Pessoal definidos pelo seu estabelecimento.



3. A limpeza de salas, banheiros, corredores e outras áreas, bem como a forma de preparar as camas, deve ser feita sempre de acordo com os padrões definidos pela empresa.

4. A preparação, disposição e decoração dos quartos, banheiros, corredores e outras áreas da sua responsabilidade, devem estar sempre de acordo com a montagem e decoração estabelecidas.

5. Ao entrar em um quarto, deve-se sempre bater à porta e aguardar a permissão do cliente ou certifique-se de que a habitação esteja vazia.

6. Sempre que a limpeza e a preparação dos quartos forem realizadas, deve-se trabalhar com a porta aberta, a menos que os procedimentos da empresa indiquem o contrário.

7. O carrinho de limpeza deve estar sempre localizado no corredor, mas sem impedir a livre circulação de pessoas.

8. As áreas de apoio ao trabalho (escritório, almoxarifado) devem ser sempre mantidas limpas, ordenadas e com equipamentos, materiais e utensílios armazenados, de acordo com o procedimento estabelecido.

9. Um funcionário, previamente designado, deve ser orientado a supervisionar constantemente o bom funcionamento do serviço.

• BOAS PRÁTICAS – RECEPÇÃO



Os funcionários que atendem ou recebem clientes e turistas, como mensageiros, recepcionistas ou anfitriões, devem considerar as seguintes Boas Práticas:

1. O cliente sempre tem prioridade.

2. Todo o pessoal da recepção do alojamento turístico deve utilizar sempre os uniformes, de acordo com os padrões de apresentação de pessoal.

3. Todos os clientes devem ser recebidos, estabelecendo contato visual e um sorriso natural, imediatamente ao entrar na área de

serviço. Você deve sempre usar uma frase de boas-vindas, como: "Boa tarde senhor, seja bem-vindo ao nosso estabelecimento ..."

4. No caso de a pessoa ter que esperar para ser atendida, a ela deve sempre ser informado sobre a situação com uma frase gentil, como: "O senhor, por gentileza, pode esperar alguns minutos? Vamos atendê-lo imediatamente".

5. Os clientes devem ser encaminhados à pessoa que atenderá às suas necessidades específicas ou ao local onde eles encontrarão o que estão procurando. Não deve ser permitido esperar mais de 2 minutos após a chegada.

6. Durante o processo de atenção ao público, você deve sempre tentar:

- Manter um sorriso e contato visual;
- Manter um tom de voz caloroso e amigável;
- Chamá-lo pelo nome sempre que possível

7. O lobby e as áreas de recepção devem estar sempre limpos e o seu equipamento organizado de acordo com a decoração estabelecida.

8. O processo de atenção a um cliente nunca deve ser interrompido.

9. Se você tiver que atender uma ligação telefônica durante o processo de serviço, deve apresentar desculpas com uma frase clara e amigável, como: "Senhor, posso atender o telefone por um momento? Continuarei atendendo-o imediatamente".

10. Para atendimento por telefone, os padrões já mencionados devem ser utilizados.

11. O recepcionista deve procurar identificar as necessidades do cliente para que possa ser mais ágil na sua tarefa.

12. Todas as solicitações e reclamações dos clientes devem ser tratadas imediatamente, de acordo com a política estabelecida pelo empreendimento turístico. O cliente nunca deve permanecer com uma reclamação não resolvida!

13. Na hora de se despedir do cliente, deve-se sempre usar uma frase amigável, como: "obrigado por ter vindo", "aguardamos seu retorno", "tenha um bom dia", etc.

14. Quando um cliente se retira de uma área de serviço, deve sempre perguntar sobre a qualidade do serviço recebido. É muito importante que o estabelecimento disponha de um livro de sugestões e/ou reclamações. É inadmissível que uma reclamação seja manifestada por mais de um cliente em diferentes situações.

15. Ter sempre à disposição água, refresco, café ou um biscoito, tanto na entrada como na saída. As boas sensações sempre produzem bons resultados.

• **BOAS PRÁTICAS - RESERVAS**

Os prestadores de serviços que recebem reservas dos clientes devem considerar as seguintes Boas Práticas:

1. O cliente sempre tem prioridade.

2. No caso de reservas face-a-face, todos os clientes devem ser recebidos, estabelecendo contato visual e um sorriso natural, imediatamente ao entrar na área de serviço. Você deve sempre usar uma frase de boas-vindas, como: "Boa tarde senhor, seja bem-vindo ao nosso estabelecimento ..."



3. Caso a pessoa espere para ser atendida, você deve sempre ser informado desta situação com uma frase gentil, como: "Senhor, você pode esperar alguns minutos? Vamos atendê-lo imediatamente".

4. Durante o processo de atendimento, deve-se sempre:

- Manter um sorriso e contato visual;
- Manter um tom de voz caloroso e amigável;
- Chamar o cliente pelo nome sempre que possível.

5. As áreas de reserva devem estar sempre limpas e seus equipamentos organizados de acordo com a decoração estabelecida.

6. O processo de servir um cliente nunca deve ser interrompido.

7. O processo de tomada de reservas deve sempre ser feito de acordo com as políticas e procedimentos estabelecidos.

8. Deve ser sempre informado claramente ao cliente quais são as restrições adotadas pelo estabelecimento.

9. No caso de fazer reservas via telefone, os padrões da nossa comunicação telefônica devem ser usados.

10. Se, durante o processo de atenção, você tiver que atender uma ligação telefônica, deverá apresentar desculpas com uma frase clara e amigável como: "Senhor, posso atender o telefone por um momento? Continuo a atendendo-o imediatamente.

11. O pessoal da reserva deve estar sempre pronto a buscar alternativas que sejam satisfatórias ao cliente suas necessidades.

12. Todas as reclamações e reclamações dos clientes devem ser tratadas de acordo com a política estabelecida pelo empreendimento turístico, utilizando-se as técnicas de gestão de reclamações e resolução de problemas.

13. Sempre, no momento da despedida de um cliente, deve-se usar uma frase amigável e desejar um bom dia e incluir frases como "obrigado por ter vindo", "tenha um bom dia".

• BOAS PRÁTICAS - VENDAS

Todos os prestadores de serviços que atendam aos requisitos de turistas ou clientes devem estar muito bem informados e considerar as seguintes Boas Práticas:

1. O cliente sempre tem prioridade.
2. Sempre forneça aos clientes todas as informações sobre os produtos oferecidos pelo estabelecimento.
3. Fornecer sempre toda a informação sobre a existência, disponibilidade, origem, características e benefícios dos produtos oferecidos pelo empreendimento.
4. Fornecer sempre toda a informação sobre natureza e extensão dos serviços oferecidos. Em casos de terceirização, deixar claro quais são as responsabilidades de cada fornecedor.
5. Forneça claramente todas as informações sobre custos e formas de contratação e pagamentos.
6. Deve-se sempre demonstrar agrado pela compra feita, com uma frase como: "obrigado por nos escolher", "o senhor fez uma ótima escolha". Para compras especiais de clientes, pode haver sinais escritos de agradecimento.
7. Deve haver uniformidade na apresentação do mesmo produto.



8. Os produtos devem ser vendidos somente com a apresentação, status e embalagem estabelecidos para cada um deles.
9. O pessoal de vendas deve usar técnicas para oferecer produtos, adaptando os critérios de acordo com os requisitos de cada cliente.
10. Se por motivo de força maior, algum acordo ou prazo não puder ser cumprido, deve-se imediatamente informar a situação, com o devido pedido de desculpas, acompanhado de proposição de resolução.
12. Na despedida, deve-se sempre manifestar a satisfação pela prestação dos serviços, manifestando-se o desejo de servir novamente.

• HOSPITALIDADE EM EVENTOS



O conceito de hospitalidade extrapola a ideia de calor humano e abrange um conjunto de competências, serviços, infraestrutura e outros recursos destinados a receber bem os visitantes, acolhendo-os com satisfação e servindo-os com excelência. Estas são condições para recebê-los mais e sempre.

Para se atingir padrões satisfatórios de excelência na área de hospitalidade, é necessário superar dois obstáculos importantes:

- 1 - Carência de pessoas capacitadas para prestar serviços com qualidade e
- 2 - Falta de conscientização sobre a importância do turismo e dos eventos para o desenvolvimento social e econômico da região.

Um fator essencial na área de eventos é superar nossos limites pela promoção da educação e cultura da hospitalidade.

Nesse sentido, dois movimentos são fundamentais:

- Criar demanda da população por uma melhor qualidade dos serviços, por meio da mobilização e conscientização sobre a importância de trabalhar bem;
- Ampliar a oferta de qualidade nessa área, formando pessoas capazes de trabalhar com competência.

O conceito de hospitalidade em eventos, ainda pouco difundido no Brasil, se apropria do que já foi aplicado em larga escala no campo do Turismo.

E as regras são as mesmas: o cliente espera o melhor tratamento, a melhor solução para seus problemas, e quer ser tratado como único.

Para se assegurar que os clientes serão bem servidos, não basta recrutar as pessoas, dar-lhes um jogo de regras para ser seguido e treinar a manterem um sorriso pasteurizado no rosto.

Os brasileiros, em geral, não leem manuais, improvisam quando em dúvida, não sorriem quando não sentem vontade e não são formais, o que toma uma importância vital quando assumimos que são as regras muito básicas de relacionamento que podem criar o primeiro momento de encanto, ou o último, quando o cliente está

definitivamente perdido. Preço, conveniência e outros atributos de serviço parecem ser secundários em muitas situações.

Por outro lado, um fracasso de hospitalidade ou um fracasso em 'como a visita é recebida' poderá ser um engano crucial no processo de prestação de serviço. Por isso, hospitalidade, fineza de trato e cortesia são fatores que permitem a uma empresa sustentar vantagem competitiva no mercado.

Outros pontos devem ser ressaltados:

- A seleção de funcionários é a parte mais importante de todo o processo de serviço. Além disso, as empresas devem ter consciência de que não há substitutos para empregados mais qualificados e de que não há nenhum custo semelhante ao que pode ser causado por um recrutamento indevido.
- Servir e compreender o cliente pode somente ser realizado se algumas capacidades básicas e essenciais estiverem disponíveis.

Contatos interpessoais ainda são de importância primordial em um grande número de indústrias de serviço - seja cara a cara, telefone, correio eletrônico ou por qualquer outra forma de comunicação.

Os clientes esperam algo extra que nem sempre é facilmente mensurável, mas que pode ser decisivo para a excelência do serviço feito. A habilidade em fazer o cliente sentir que está adquirindo um tratamento afetuoso é, muitas vezes, o principal diferencial a ser considerado.

• 10 MANDAMENTOS DO ANFITRIÃO TURÍSTICO

I. Conheça e valorize as atrações turísticas da sua região.

II. Ensine, principalmente a seus filhos, a respeitar e amar o ambiente ao seu redor.

III. Transmita bons costumes e tradições para as novas gerações.

IV. Cuide da limpeza de sua cidade, do ambiente natural, das rotas e do patrimônio.

V. Atenda cordialmente aos turistas procurando sempre sorrir.

VI. Informe-se para informar. Seja franco e respeitoso nas respostas e informações.

VII. Seja pontual e correto com os compromissos assumidos com os turistas.

VIII. Seja rigoroso com a qualidade dos serviços fornecidos. Isso é vital para o sucesso de seu empreendimento.

IX. Promova e ofereça somente os serviços e produtos que você pode fornecer. Nunca decepcione seu cliente.

X. Cobre sempre e somente o preço justo pelo serviço ou produto oferecido.



Manual de Hospitalidade no Turismo

Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul

Bruno Wendling

Diretor-presidente da Fundação de Turismo
de Mato Grosso do Sul

Geancarlo de Lima Merighi

Diretor de Desenvolvimento do Turismo

Edson Moroni Vicente Cardoso Marques

Gerência de Estruturação e Inovação da Oferta Turística



*É permitida a reprodução integral para fins institucionais/educacionais.
©Bolívar Porto/2024 (Assessoria técnica)*

FUNDAÇÃO DE TURISMO DE MATO GROSSO DO SUL • FUNDTUR-MS
Avenida Afonso Pena, 7000 • Parque das Nações Indígenas • Portal Guarani
Campo Grande (MS) • CEP: 79031-010 • Fone: (67) 3318-7600
fturismo@fundtur.ms.gov.br

