

Curso: Camareira ou Arrumador

“Aventurar-se causa ansiedade, porém não se aventurar é perder-se. Aventurar-se no mais alto sentido é precisamente tomar consciência de si mesmo”. S. Kierkegaard



Objetivo: O objetivo deste curso é formar profissionais que saibam enfrentar diferentes situações inerentes à profissão de camareira ou arrumador, zelando pelos bens tanto dos hóspedes, quanto do local de trabalho, respeitando os hábitos, preferências e culturas de cada um.

Objetiva-se também, formar competências necessárias para realizar a arrumação, limpeza e vistoria dos apartamentos e áreas comuns de meios de hospedagem, com uma visão detalhada do processo.

Realizaremos uma abordagem geral da hotelaria, sua gama de serviços e possibilidades, em específico a “Governança”, setor responsável pela hospedagem, onde a camareira e o arrumador desenvolvem suas principais atividades.

Tem coisa mais gostosa do que chegar e encontrar o quarto limpo, arrumado, cheiroso e organizado?

Por trás do quarto limpo e organizado de um hotel, existem profissionais qualificados e preparados visando melhorar cada vez mais o conforto e bem estar dos hóspedes.

Função Geral – Manter organizados e limpos os apartamentos e áreas externas.

Limpar, arrumar, organizar, vistoriar e abastecer apartamentos em hotéis, albergues, pensões, navios e similares.

Ramo: Turismo e Hospitalidade.

Setor: Hospedagem (Governança)

A área de hospedagem representa, aproximadamente 70% do movimento financeiro de um hotel.

A camareira e o arrumador estão localizados nessa área, e hierarquicamente, subordinados a governanta.

Áreas que compõem o serviço de governança:

- Lavanderia
- Frigobar
- Apartamentos e banheiros
- Áreas sociais

Perfil Profissional:

Profissional que exerce funções em albergues, pensões, navios e hotéis de pequeno, médio ou grande porte.

A responsabilidade da camareira e do arrumador é muito grande, é preciso seguir métodos padronizados de limpeza, higienização e arrumação das unidades habitacionais, substituindo, as roupas de cama e banho, repondo os produtos de toalete e frigobar, verificando o funcionamento dos equipamentos, realizando os respectivos registros, preparando as unidades de acordo com a orientação do rooming list, proporcionando conforto aos hóspedes e zelando pela conservação dos bens patrimoniais sob sua responsabilidade.

* A hotelaria faz parte do setor de prestação de serviços, e assim, se caracteriza como um produto intangível (que não se pode tocar, provar).

Cargo e Função:

Cargo é o nome que se dá a posição que uma pessoa ocupa dentro da empresa, ou do organograma do seu empregador e função é o conjunto de tarefas e responsabilidades relacionadas a esse cargo.

Função da Camareira ou do Arrumador:

Estes são profissionais muito importantes em meio de hospedagem, desenvolvem suas funções quase que no anonimato, normalmente não se expõem aos hóspedes, porém sua marca sempre é deixada, verificada no quarto limpo e organizado, na higienização dos banheiros e na excelência e perfeição no cumprimento de suas tarefas. É o profissional responsável por promover conforto e bem-estar aos hóspedes.

Obs: Cabe ao arrumador também, apoiar no trabalho mais pesado. (Ex: montagem de cama extra no quarto).

Higiene e Apresentação Pessoal:

- Sua apresentação pessoal precisa ser impecável.
- O uniforme sempre limpo, não pode ser justo, e nem curto.
- O crachá deve ser colocado em local visível.
- O sapato tem que ser fechado, baixo e confortável.
- Manter a higiene pessoal, lavando as mãos e escovando os dentes sempre que necessário.
- Manter os cabelos limpos (cabelos compridos devem ser presos com touca ou rede).
- O desodorante precisa ter perfume suave.
- Maquiagem clara.
- Unhas curtas e esmaltes também de cor clara.
- De acessórios, são permitidos apenas, brincos discretos, alianças e relógios.

Marketing Pessoal:

10 Razões para começar agora

Autor: Ari Lima

Razão 1 - um plano de marketing é como uma “receita de bolo” que pode ser elaborado em poucos dias, e seu conteúdo, na maioria das vezes, é formado por ideias práticas e de fácil aplicação, portanto, **comece agora!**

Razão 2 – o tempo corre contra você, quanto mais rápido implantar seu plano de marketing, mais rápido serão os resultados para sua carreira. **O que está esperando?**

Razão 3 – provavelmente você já tem inúmeros concorrentes promovendo suas respectivas carreiras no mercado, e você está ficando para trás. **Não espere mais!**

Razão 4 – marketing pessoal é um hábito, e você precisará de tempo para se habituar com esta nova maneira de agir em sua vida, **portanto, corra!**

Razão 5 – marketing pessoal cria oportunidades de negócios, e novas oportunidades de negócios, geralmente, significam mais dinheiro. **Então aja agora!**

Razão 6 – um plano de marketing pessoal pressupõe que você conquistará outros ciclos de amizade, isto certamente dará uma nova perspectiva de prazer e satisfação a sua vida pessoal e profissional. **Mexa-se!**

Razão 7 – o plano de marketing pessoal traz reconhecimento social pelos anos de esforços, estudos e trabalho. O que está esperando, **ande!**

Razão 8 – maior status social é o que obterá com o sucesso profissional conseguido através de seu plano de marketing pessoal. **Vá em frente!**

Razão 9 – a realização de seus sonhos de consumo, de seus sonhos de viagem e de muitos outros sonhos, poderá ser conquistada através do sucesso obtido com o marketing pessoal. **Apresse-se!**

Razão 10 – a realização profissional traz uma sensação superior de satisfação. É como conquistar o cume do Everest, algo inexplicável. Por que você não tenta iniciar agora o seu desafio pessoal? Mas é preciso dar o primeiro passo. **Aja agora!**

A Excelência no Atendimento:

A camareira e o arrumador são referências positivas para o hotel, sua imagem está associada à perfeição na arrumação do quarto, a ordem nos espaços externos e a organização dos materiais.

* Na hotelaria, lidamos com pessoas e culturas diferentes.

O cliente (hóspede) fica satisfeito quando suas necessidades são atendidas.

Por que um cliente muda de fornecedor?

15% por terem achado produto melhor.

15% por terem achado produto mais barato.

20% por falta de contato pessoal.

50% por atendimento rude e falta de atenção.

(Fonte: Technical Assistance Research Programs, Washington, EUA 1996)

Pesquise com sua turma e com seu professor:

Qual a diferença entre cliente interno e cliente externo?

- Quem é o cliente Interno de um hotel?
- Quem é o cliente externo de um hotel?

Ética profissional:

Pode ser definida como um conjunto de normas, que deverão ser praticadas no exercício de qualquer profissão.

É uma ação "reguladora", agindo no desempenho da prática profissional, levando os profissionais a apresentarem atitudes de respeito pela equipe de trabalho e pelo cliente.



Trabalho em equipe:

Ter bom relacionamento com os colegas, saber ouvir, opinar e discutir idéias, são características que o mercado espera do profissional da atualidade.

Trabalhar em equipe, possibilita a troca de conhecimentos e agilidades no cumprimento de metas e objetivos compartilhados.

Principais atribuições da camareira e do arrumador:

- Zelar pela imagem do hotel.
- Cumprir rigorosamente sua jornada de trabalho.
- Cumprir o regulamento da empresa e as instruções dos superiores.
- Zelar pelas chaves mestras dos apartamentos correspondentes a sua área de atuação.
- Manter organizado o carrinho de serviço, com todo o material necessário para o seu trabalho. (O carrinho de serviço deve conter materiais e itens básicos para a arrumação e limpeza dos apartamentos).
- Identificar as prioridades do dia (reservas, saída, hóspedes especiais, hóspedes em lua de mel etc.).
- Manter uma postura ética durante a arrumação e limpeza dos apartamentos (ser o mais discreto possível durante a arrumação, e ter cuidado com os pertences dos hóspedes).
- Ficar atento aos avisos nas portas dos apartamentos (não perturbe, favor arrumar o quarto etc.).
- Diariamente, revisar os apartamentos e recolher as roupas para lavar.
- Em caso de roupas de hóspedes para a lavanderia, fazer o ROL e verificar o estado que a roupa se encontra (manchada, rasgada etc.) caso identifique alguma alteração, comunicar a situação ao hóspede antes do encaminhamento.
- Realizar controles de entrada e saída de produtos.
- Lustrar e polir superfícies.
- Realizar abertura da cama.

- Higienização e rodízio de colchões.
- Limpeza de vidros e espelhos.
- Cumprir os padrões de segurança no ambiente de trabalho e ter atitudes ecologicamente corretas.
- Relações interpessoais – manter ambiente harmônico entre hóspedes e equipe de trabalho.
- Ética profissional.
- Procedimento de atendimento em apartamentos e hóspedes.
- Uso adequado de produtos e materiais de limpeza.
- Técnicas de limpeza do banheiro.
- Técnicas de limpeza em uma UH (Unidade Habitacional) vaga e ocupada.
- Arrumação do carrinho e da rouparia.
- Limpeza dos corredores.
- Higienização e rodízio dos colchões.
- Preenchimento de relatórios.

Estes profissionais, normalmente estão subordinados a governanta assistente de andares.

Ao chegarem para a jornada de trabalho, a camareira e o arrumador deverão verificar o rooming list e identificando as orientações e prioridades do dia.

Responsabilidade: proporcionar aos hóspedes uma estadia de conforto e tranquilidade.

Atenção - ao carrinho de serviço:

Existem vários modelos de carrinhos de serviço.

Cada parte do carrinho é destinada para um tipo de material: **nas prateleiras** é aconselhável que se coloque a roupa limpa (lençóis, toalhas, fronhas etc.). **Saco maior** – roupa servida. **Saco menor** - lixo seco. **Console** – depósito de miudezas (sabonete, xampu, touca etc.). **Abaixo** – depósito de materiais de limpeza.

Importante:

1. Jamais misture produtos de limpeza com os produtos que estão no console.
2. É obrigatório o uso de luvas de borracha durante a execução das tarefas de higienização dos banheiros, retirada de lixo e recolhimento de roupas servidas.

Obs.: A quantidade de produtos colocados no carrinho de serviço deve ser de acordo com a quantidade de quartos a ser organizado no dia, para não haver perda de tempo com idas e vindas.

O carrinho deve ser conduzido sempre na lateral, do corredor, para não atrapalhar a circulação dos hóspedes.

Lista de produtos de limpeza recomendados:

- Multiuso para limpeza de pó e sujeira.
- Higienizador.
- Iodorizador.
- Lustra móvel.
- Produtos para manchas de ferrugem.
- Uma esponja para limpeza pesada.
- Uma esponja para pia.
- Uma esponja para copos.
- Uma esponja para vasos sanitários.
- Uma esponja que não risca para vidros e espelhos.
- Uma escova para peças do banheiro e ralos.
- Luvas grossas.

Obs: Utilizar equipamento de proteção de acordo com as normas de segurança da profissão.



Arrumação e limpeza dos apartamentos: abrir janelas e cortinas para arejar o ambiente, aspirar o carpete ou piso, limpar e tirar o pó, retirar a sujeira do lixo, limpar e desinfetar o banheiro, repor papéis, sabonetes e toalhas, trocar roupas de cama.

Limpeza das áreas sociais:

- Limpeza de portas (utilizar produtos específicos para área da maçaneta).
- Limpeza de frisos e rodapés.
- Limpeza de móveis e objetos de decoração.
- Limpeza no interior e portas de elevadores.
- Limpeza das lixeiras dos corredores.
- Limpeza de cinzeiros.
- Limpeza de pisos e carpetes.

* A limpeza das áreas externas, deve ser feita bem cedinho ou no final do dia, para não atrapalhar os hóspedes.

Importante: A limpeza do andar abrange janelas, elevadores, escadas e aspiração do corredor, bem como a organização de sua cabina.

Nota: Em hotéis de menor porte, onde não existe a governanta, cabe a camareira e (ou) o arrumador preencher os formulários de manutenção ou reparos dos equipamentos, bem como outros serviços citados no decorrer deste material.

A camareira e o arrumador que atuam em meio de hospedagem, devem:

- Limpar, higienizar e arrumar ambientes, incluindo varrer, aspirar, lavar, polir, remover manchas simples de sanitários, box, piso, janela, parede, mobília, espelho, quadro e outros.
- Arrumar o quarto ocupado, arejar, retirar o material de serviço de *room service*, fazer cama, repor toalhas, e produtos de higiene, reabastecer o “minibar”, retirar para realizar a limpeza e recolocar exatamente no mesmo lugar os pertences dos hóspedes.
- Adequar a unidade habitacional para receber o hóspede, que pode incluir conferir arrumação, limpeza, retirar ou acrescentar item, arejar e arrumar enxoval de acordo com a demanda.
- Realizar a inspeção visual da aparência após a finalização do serviço de arrumação e limpeza, conferir as instalações, o escoamento de água, à ausência de algum item, verificar o funcionamento do interruptor de luz, telefone, controle, ar-condicionado, janelas, porta, gavetas, box, chuveiro, detectar a presença de insetos, odor e ruídos excessivos e comunicar imediatamente aos superiores.
- Atuar como elo entre o hóspede e as outras áreas do estabelecimento, que pode incluir receber, transmitir e monitorar pedidos dos hóspedes, relativo a outros setores.
- Efetuar controles e registros: contar e acondicionar a roupa trocada para envio a lavanderia, controlar e registrar o consumo do “minibar”, data de validade e conservação de produtos, registro do tempo gasto na arrumação e na limpeza, registro da quantidade de hóspedes por unidade atendida, recolher e registrar objetos esquecidos e fazer inventário.
- Apoiar na segurança e privacidade dos hóspedes, (acesso de pessoas estranhas, observação do fluxo e tipo de bagagem) comunicar anormalidades de comportamentos à administração, assegurar sigilo sobre intimidade dos hóspedes.
- Zelar pela qualidade do trabalho, transformar o ambiente em um lugar agradável ao hóspede, fazer abertura da cama, atender as prioridades dos hóspedes com necessidades especiais.
- Cuidar da sua apresentação, e postura profissional, higiene pessoal e uniforme.
- Tratar o hóspede com respeito, de forma formal e discreta.

Arrumação de apartamento (UH) ocupado

Processo de arrumação de um apartamento ocupado

Recomenda-se que, ao realizar a limpeza do ambiente enquanto o hóspede estiver ausente, colocar o carrinho na porta do quarto e manter a porta aberta durante toda a arrumação.

Caso o hóspede chegue no momento da arrumação, por medida de segurança, este deverá ser identificado pelo nome, deve-se conferir no relatório de tarefas, se o nome está de acordo. Não é permitido trabalhar com o hóspede dentro do apartamento com a porta fechada.

A camareira e o arrumador precisam manter sigilo sobre os hóspedes.

Atenção a detalhes:

- Ao perceber que o hóspede está com muitas roupas na bagagem, providencie mais cabides para o apartamento.
- Se observar que o hóspede dobrou o cobertor ou toalha junto com o travesseiro, pode ser que este esteja precisando de mais travesseiros.

- Se o hóspede estiver com crianças, observar horários e necessidades (hóspedes com crianças tem necessidades diferenciadas).

A Rotina da camareira e do arrumador:

De acordo com o tamanho do hotel, cada camareira e (ou) arrumador, tem sob sua responsabilidade uma certa quantidade de apartamentos e mais algumas áreas definidas, como corredores, *hall* de elevadores e escadarias. Em grandes hotéis, a área total de ação deste profissional é repartida com mais um valete ou uma limpadora. Assim, se for necessário, o número de apartamentos para a equipe de duas pessoas deverá ser aumentado. O número de ocupantes do hotel influenciará na quantidade dos apartamentos a serem limpos.

Como agir em situações de:

- Mudança de apartamento (Exigência do hóspede ou necessidade do hotel) – Auxiliar na mudança do hóspede dando a atenção devida aos seus pertences.
- Encaminhamento de roupas de hóspedes para lavanderia (observar o estado de conservação da roupa antes de ir para a lavanderia, se estiver com alguma mancha ou dano comunicar ao hóspede).
- Objetos esquecidos pelos hóspedes (realizar o registro, fazer inventário e dar o devido encaminhamento).
- Dúvidas e Irregularidades (fazer os encaminhamentos).

Requisitos básicos inerentes à profissão:

- Escrita correta para o preenchimento de formulários.
- Habilidade para calcular.
- Boa coordenação motora (habilidade para manipular objetos com firmeza).
- Visão apurada e observação a detalhes.
- Memória visual para identificar ausência de itens do quarto.
- Praticidade e dinamismo.
- Disciplina para respeitar padrões, normas e rotinas.
- Segurança no relacionamento com o cliente e a equipe de trabalho.
- Equilíbrio emocional mediante a situações diversas.
- Responsabilidade em relação a sua conduta profissional.
- Honestidade (objetos perdidos ou esquecidos pelos hóspedes).
- Iniciativa para solucionar situações fora da rotina.
- Habilidade para trabalhar em equipe.

Observação: Não se ausentar de seu andar sem antes comunicar a governanta ou a outro superior. Estar ciente de sua jornada de trabalho, observando e cumprindo horários e dias e folga.

Portanto é preciso que este profissional seja:

- Educado (Cumprimentos exigidos – bom dia, boa tarde e boa noite) se reportar aos hóspedes por sr. Sr.^a e Srt.^a.
- Simpático
- Ágil
- Disposto
- Ético
- Dinâmico
- Responsável
- Pontual
- Otimista
- Calmo
- Seguro

Ações:

- Comunicar imediatamente a recepção quando um apartamento está limpo e em condições de uso.
- Controlar as roupas servidas e receber a mesma quantidade de roupas limpas para a substituição.
- Desligar luzes e equipamentos que não estão sendo utilizados.

- Ter responsabilidade com a chave mestra e jamais entregá-la a outra pessoa sem a devida autorização. (Ao receber a chave-mestra, ler o livro de ocorrências, para tomar ciência das implicações e (ou) providências referentes aos apartamentos sob sua responsabilidade).
- Inspeccionar diariamente as unidades habitacionais.
- Efetuar controles e registros.
- Apoiar a segurança e a privacidade dos hóspedes.
- Operar equipamentos.

O cliente de um hotel é o hóspede.

Não importa se este está a lazer, ou a trabalho, o que importa é que ele quer conforto e tranquilidade.

A camareira e o arrumador são profissionais que possuem um importante papel de fidelização do hóspede.

Os aspectos comportamentais são de importante relevância no trato ao cliente.

Introdução à Hotelaria:

Um Pouco da História do Turismo e do Turista

O hotel é o meio de hospedagem mais comum encontrado nos centros urbanos.

Pode se dizer que o turismo urbano promove a valorização da história e da cultura local. Inclui-se nesta modalidade o chamado turismo cultural que abrange atividades bastante diversificadas, como: visitas a museus, festas, apresentações, passeios temáticos etc.

É um mercado cada vez mais crescente e competitivo.

Políticas voltadas à valorização do turismo nacional, a cultura dos municípios, o surgimento de empresas cada vez mais especializadas em organização de pacotes de viagens e os meios de transportes mais rápidos e confortáveis, vem contribuindo para esse processo de crescimento, gerando possibilidades concretas de crescimento econômicos.

“(…) Pesquisa do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) mostra que o crescimento do setor nos próximos anos será superior a 100%”.

(Vinícius L. Silva no Diário Catarinense)

Segundo Oliveira, o turismo em todo mundo é considerado como a atividade econômica que mais gera empregos.

(Oliveira, A.P. Turismo e Desenvolvimento: planejamento e organização. Editora Atlas. São Paulo, 2000).

Para Morgenroth, turismo pode ser conceituado como “o tráfego de pessoas que, temporariamente, afastam-se de seu local fixo de residência para deter-se em outra localidade, com o objetivo de satisfazer desejos de natureza diversas, unicamente como consumidores de bens econômicos e culturais”.

É importante ressaltar, que o setor de turismo abriga uma série de atividades de geração de renda muitas vezes sem uma associação imediata a ele: transporte, bares, restaurantes, atrações culturais, entre outros.

Além desses, outros segmentos também são beneficiados pelo desenvolvimento do turismo: construção civil, publicidade, comércio, restauração, atividades artísticas, educação ambiental, entre outros.

O turismo por si só, também demanda uma gama de profissionais com qualificações específicas.

O Hotel e suas Categorias:

Hotel Super Luxo, letra A, 5 estrelas – máximo na categoria de hotéis.

Para o hotel ser avaliado na categoria super luxo, precisa atender aos seguintes itens (referência Embratur): cumprimento da legislação, segurança, cuidados com a saúde dos profissionais e dos hóspedes, higiene, conservação e manutenção, qualidade no atendimento ao cliente, portaria e recepção, acessos e circulação, área social, áreas de lazer, decoração impecável, restaurantes, áreas para eventos, áreas esportivas, serviços de alimentos e bebidas, ar condicionado central, consciência ecológica, comunicação, serviços adicionais.

Hotéis luxo, letra B, 4 estrelas: mesma obrigatoriedade dos hotéis do item anterior, com exceção de quadras esportivas, o ar-condicionado não necessariamente tem que ser central. As medidas dos espaços serão menores que as dos hotéis superluxo e poderão estar localizados fora do perímetro centrais das cidades. Seguir a matriz para classificação de hotéis da Embratur observando as exigências para hotéis 4 estrelas;

Hotéis 3 estrelas, letra C: essa categoria é semelhante à anterior, com medidas inferiores para os ambientes e unidades habitacionais, dispensando o luxo na decoração dos aposentos e nos ambientes sociais. Quanto à alimentação, o serviço de room service (copa) tem obrigatoriedade durante 16 horas por dia. Seguir a matriz para classificação de hotéis da Embratur observando as exigências para hotéis dessa categoria.

Hotéis 2 estrelas, letra D, classe turística: hotéis mais simples em relação ao item anterior, sem a obrigatoriedade de serviço de alimentação nos apartamentos. Medidas diferenciadas para os espaços e UHs; seguir a matriz para classificação de hotéis da Embratur observando as exigências para hotéis dessa categoria.

Hotéis de 1 estrela, letra E: são hotéis modestos, a troca de roupa de cama e banho poderá acontecer em dias intercalados,

Outros tipos de meios de hospedagem existentes:

Albergues: estabelecimentos muito simples que basicamente oferecem local para dormir com cama e colchão, destinados apenas a um pernoite. Na maioria dos casos, nem roupa de cama é oferecida. Destina-se a turistas de massa, estudantes, excursionistas, peregrinos e andarilhos.

Apartamentos: são unidades para alojamento mobiliadas com pequena cozinha acoplada a um dormitório. Comuns em comunidades onde não existem hotéis, ou onde esses são insuficientes para a demanda turística. Podem ser ativados permanentemente ou somente em épocas de grande fluxo turístico.

Chalés: construção geralmente rústica, de madeira, próxima a lagos, rios, montanhas, bosques ou estações. São mobiliados e possuem cozinha.

Pousada: meio de hospedagem de aspectos arquitetônicos, instalações e serviços mais simplificados, normalmente limitados apenas ao necessário à hospedagem do turista para o aproveitamento do atrativo turístico próximo ao qual o estabelecimento se situa.

Resort: meio de hospedagem classificado como hotel de lazer, tem como obrigações principais ter sua localização em área de preservação ou equilíbrio ambiental e sua construção, precedida por estudos de impacto ambiental, enquadra-se nas categorias luxo ou superluxo (4 ou 5 estrelas).

Clube cruzeiro: também chamado de sistema marítimo compartilhado. Compreende camarotes em condomínio onde os membros do clube, adquirem ações que lhes dão direitos a usufruir os camarotes em um barco, durante um determinado tempo contratado.

Condomínios: estabelecimentos que compreendem edifícios ou grupos de edifícios, administrados por condôminos de cujas unidades são coproprietários podendo fazer uso das instalações públicas e da área de lazer (colônia de férias).

Texto adaptado do livro: Hotel Planejamento e Projeto (Por Nelson Andrade, Paulo Lúcio de Brito, Wilson Edson Jorge).

Conta-se que o turismo foi descoberto por Thomas Cook, um pregador batista inglês, que, ao ver um trem pela primeira vez, teve a ideia de organizar uma viagem para 570 pessoas, para efetuar suas pregações. O trem partia de Lancaster, chegando até Loughborug, uma taxa era cobrada por esse serviço.

A etimologia do termo turismo tem sua raiz na palavra francesa tour, que significa viagem circular, que, por sua vez, deriva do latim tornare, que significa girar, arredondar.

Portanto, turismo pode ser definido como o deslocamento temporário de uma pessoa ou um grupo de pessoas, com a finalidade de lazer, cultura, negócios, saúde entre outros.

Obteve um grande impulso no século XX por uma série de fatores:

- A oferta de meios de transporte mais rápidos e mais seguros, como o avião.
- O surgimento de pensões e hospedarias para todos os gostos e todos os preços.
- As cidades se organizam para as rotas do turismo, infraestrutura, postos de atendimento ao turista.
- Surgem empresas especializadas em promover e difundir o turismo em todo o país e no mundo.

Ambiente Turístico:

Recurso turístico é um elemento, um traço cultural ou um lugar trabalhado como atrativo turístico – oferta turística.

Tais elementos podem ser naturais, culturais ou sociais. É ele quem realmente motiva o turista a viajar.

De acordo com isso, podemos identificar quatro grupos de recursos turísticos:

NATURAIS	SOCIAIS
Praias, lagos, rios, montanhas, parques nacionais etc.	Gastronomia, festas, folclore, tradições, manifestações artísticas, etc.
PROFISSIONAIS	CULTURAIS
Eventos, centro de convenções, hotéis, hospitais etc.	Museus, lugares históricos, igrejas, palácios, conjuntos arqueológicos, etc.

O surgimento do Hotel

O comércio é o responsável histórico pelas formas mais antigas de oferta de espaço de hotelaria.

As rotas comerciais da antiguidade na Ásia, na Europa e na África, geraram núcleos urbanos e centros de hospedagens para o atendimento aos viajantes. Na Idade Média, a hospedagem era feita em mosteiros e abadias. Nessa época, atender os viajantes era uma obrigação moral e espiritual.

Mais tarde com o advento da monarquia, a hospedagem era exercida pelo estado. Os viajantes que não contavam com o beneplácito do estado eram atendidos precariamente em albergues e estalagens.

Os hotéis *co staff* padronizado, formado por gerentes e recepcionistas, apareceram no início do século XIX.

A expansão do mercado turístico nacional vem acompanhando a tendência mundial e tem exigido atenção maior a crescente complexidade desse mercado.

A disparada do turismo nas últimas décadas é fruto de uma ampla teia de desenvolvimento no país.

No Brasil conceitos avançados no campo do planejamento hoteleiro têm recebido destaque.

Hoje os hotéis não se limitam a simples edifícios, e sim a complexos conjuntos de instalações modernas com áreas de recreação, esportes, restaurante especializados, para o sossego, segurança e tranquilidade do hóspede.

Hoje o setor de hospedagem vem passando por grandes transformações, com um mercado mais competitivo e clientes cada vez mais exigentes e informados.

Áreas de um Hotel:

- **Hospedagem:** apartamentos, quartos e suítes.
- **Áreas Sociais ou Públicas:** sala de estar, sala de TV, restaurante, bares, salões de eventos e festas.
- **Administração:** recepção, gerência, reservas, contabilidade, recursos humanos e setor de marketing.
- **Área de Serviço:** cozinha, lavanderia, vestiário, estoque e manutenção.
- **Área de Alimentação e Bebidas (A & B):** câmara frigorífica, cozinha principal e de banquetes, dispensa e outros.
- **Equipamento e Estruturas:** central de águas geladas, motor gerador de energia e outros.
- **Recreação, esporte e Lazer:** piscina, parques aquáticos, quadras de esportes, campo de golfe, salões de jogos.

Turismo

Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre.

Embora não haja uma definição única do que seja **Turismo**, as Recomendações da [Organização Mundial de Turismo/Nações Unidas](#) sobre Estatísticas de Turismo, o definem como "as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros."

Turista é um visitante que desloca-se voluntariamente por período de tempo igual ou superior a vinte e quatro horas para local diferente da sua residência e do seu trabalho.

* O cliente do hotel se chama **hóspede**.

Turismo e Desenvolvimento:

O turismo está sendo cada vez mais reconhecido como um setor estratégico para a economia do país.

São fatores essenciais para a competitividade e excelência do turismo no Brasil:

- Desempenho qualificado em setores produtivos para os quais o país e suas lideranças empreendedoras possam oferecer vantagens competitivas, oportunizando geração de postos de trabalho e renda.
- Investimento na melhoria dos cursos de formação básica e de preparação para o trabalho.

O Instituto de hospitalidade (IH) trabalha com o princípio de que o conceito de hospitalidade extrapola a ideia de calor humano e abrange o conjunto de competências, serviços, infraestrutura e outros recursos destinados a receber bem

turistas e visitantes, acolhendo com satisfação e servindo com excelência.

Para que o Brasil possa atingir os exigentes padrões mundiais de excelência, faz-se necessário à superação de dois importantes fatores limitativos: a carência de pessoas capacitadas para prestar a vasta gama de serviços com a quantidade exigida para servir bem, e a falta de consciência da sociedade em geral sobre a importância do turismo para o desenvolvimento social e econômico. (BAHIA ANÁLISE & DADOS Salvador – BA – set. 2001)

O Turismo e suas especificidades:

Recreação ou lazer: praticado por pessoas que apenas desejam viajar pelo prazer, para passear e conhecer novos lugares, para descansar, visitar parentes, sair em férias com a família.

Negócios: praticado por executivos que viajam para participar de reuniões, visitar fornecedores e fechar negócios.

Saúde: praticado por pessoas que desejam ou necessitam de tratamentos médicos e terapêuticos e que procuram lugares onde existam clínicas e estâncias hidrominerais.

Eventos: praticado por pessoas que desejam participar de reuniões e encontros científicos ou técnicos para discutir assuntos de interesse comum.

Compras: praticado por pessoas que viajam com um único objetivo: comprar produtos de qualidade, com variedade e preços convidativos, normalmente não encontrados em sua cidade.

Social: é aquele turismo praticado por pessoas de baixa renda e que geralmente dura um fim de semana.

Cultural: praticado normalmente, por professores, técnicos, estudantes e pesquisadores, em busca de novos conhecimentos e de contato com outros povos para enriquecimento cultural.

Religioso: praticado por pessoas com interesse em locais e cidades sagradas ou que tenham uma conotação religiosa.

Ecoturismo ou turismo ecológico: é aquele turismo praticado por pessoas que apreciam a natureza, a beleza do meio ambiente e sua conservação.

Aventura: praticado em lugares geralmente inóspitos e por pessoas que desejam emoções radicais.

Esportivo: é o tipo de turismo motivado pela prática de determinados esportes.

Gastronômico: é aquele turismo praticado por pessoas que apreciam a boa mesa dirigindo-se a cidades ou locais onde a gastronomia é conhecida e atraente.

Náutico: praticado por pessoas que aproveitam as vias navegáveis, lagos, represas, etc.

Pesca: praticado por amantes da pescaria.

Termais: Destinados a pessoas que procuram as estâncias minerais normalmente para tratamentos de saúde (hoje esta modalidade é mais procurada pelo pessoal da 3ª idade).

Rural: Praticado em áreas da zona rural, envolvendo atividades como cavalgar, pescar, interagir com a natureza e respirar um ar mais puro.

OS DEZ MANDAMENTOS PARA PRESERVAÇÃO DO TURISTA:

1. Trate cada turista como se ele fosse único.
2. Oriente-o, prestando informações corretas.
3. Receba o turista como se fosse hóspede de sua casa.
4. Proporcione sempre o melhor atendimento.
5. Faça o possível para entender o que ele fala.
6. Respeite-o como você gosta de ser respeitado.
7. Cative-o através de sua cordialidade.
8. Ajude-o a descobrir as belezas da cidade.
9. Lembre-se que ele é importante para a cidade.
10. Explore o turismo, **NUNCA O TURISTA!**

Fonte: Hotel – Planejamento e Projeto – SENAC

Quadro Resumo: Hotelaria no Mundo

Antiguidade:

- Estâncias hidrominerais instaladas pelos romanos na Inglaterra, na Suíça e no Oriente Médio.
- Pontos de Parada de Caravanas.

Idade Média:

- Mosteiros acolhiam os hóspedes.
- Acomodação nos postos de articulação dos correios.
- Abrigos para peregrinos.

1790

- Surgimento de hotéis na Inglaterra, na Europa, Continental e nos Estados Unidos no final do século XVIII, estimulado pela Revolução Industrial.

1808

- Mudança da corte portuguesa para o Brasil, o que incentiva a abertura de hóspedes no Rio de Janeiro.

1850

- Áreas próximas às estações ferroviárias passam a concentrar os hotéis no final do século XIX e nos primeiros anos do século XX.

1870

- Introdução do quarto com banheiro privativo (apartamento).

1907

- Primeira lei de incentivo para abertura de hotéis no Rio de Janeiro.

1920

- Grande número de hotéis construídos na década de 20, nos Estados Unidos da América e na Europa, graças à prosperidade econômica.

1946

- Proibição de jogas de azar e fechamento de cassinos, o que inviabiliza os hotéis construídos para esse fim.

1950

- Novo surto de construção de hotéis nos anos 50, coincidindo com a era dos jatos e o grande incentivo dos movimentos turísticos mundial.

1966

- Criação da Embratur que facilita a implantação de grandes hotéis, incluindo as áreas da Sudam e Sudene.

1970

- Entra em operação o Boeing 747, em 1969/ 1970.

1990

- Entrada definitiva das cadeias hoteleiras internacionais no país.

Pesquise e Responda:

- Qual o nome do primeiro grande hotel construído no Brasil? Em que ano foi inaugurado? E em que cidade?
- Diferencie apart-hotel de hotel econômico.
- comente sobre a história da hotelaria no mundo, partindo da antiguidade e chegando aos dias atuais.

Mapeando o seu município:

- pesquise os tipos de hotéis existentes no seu município e classifique-os.

A Deliberação Normativa nº. 387 de 28 de janeiro de 1998 da EMBRATUR definiu os meios de hospedagem e as normas de classificação no Brasil, através da seguinte redação:

Compreende-se por meio de hospedagem os estabelecimentos comerciais que apresentem estrutura e satisfaçam algumas condições específicas e básicas para receberem hóspedes. Entre essas condições mínimas, segundo as indicações da Embratur, estão as seguintes:

- Seja licenciado pelas autoridades competentes para prestar serviços de hospedagem (possuir alvará e documentações necessárias fornecidas pelos municípios e estados).

- Seja administrado e explorado por empresa hoteleira.
- Ofereça alojamento para uso temporário em Unidades Habitacionais.
- Portaria ou recepção para controle permanente de entrada (chek-in) e saída (check-out) de hóspedes.
- Possuir espaço para guardar bagagem de hóspedes.
- Promover manutenção, limpeza e arrumação das áreas e equipamentos de uso do hóspede.
- Manter os padrões previstos no REGULAMENTO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM BRASILEIRO, conforme Deliberação Normativa nº. 387, de 28 de janeiro de 1998 (Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo - Embratur – Instituto Brasileiro do Turismo).

Conhecendo as normas técnicas em turismo:

O que são normas técnicas de ocupação e competência?

As normas técnicas são documentos publicados pela (ABNT) Associação Brasileira de Normas Técnicas, ou por instituições que desenvolvem normas, a exemplo do (IH) Instituto de Hospitalidade.

ABNT NBR 15047-Turismo - Camareira ou arrumador - Competência de pessoal estabelece os resultados esperados e as competências para camareira ou arrumador que atua em meios de hospedagem.

Palavras-chave: Competência - Certificação de pessoal.

*A criação de normas é à base da qualificação profissional, uma das principais metas do Ministério do Turismo.

* A ABNT passa a representar o Brasil em fóruns nacionais, regionais e internacionais de normalização (exceto no âmbito governamental) e também junto a ISO – International Organization for Standardization.

Das 57 normas em vigor, 18 foram criadas a partir do empenho direto do Ministério do Turismo. As normas de número 1 a 33 já existiam antes da criação do MTur e foram produzidas pelo Instituto de Hospitalidade e migraram para a ABNT em 2004. As de 34 a 39 são normas internacionais de mergulho que foram traduzidas e publicadas pela ABNT. As de 40 a 57 são as criadas com o apoio do M Tur.

A seguir, a descrição das normas:

1 NBR15018 Turismo - Garçom em função polivalente - Competência de pessoal

2 NBR15019 Turismo - Garçom em função especializada - Competência de pessoal

3 NBR15020 Turismo - Maître - Competência de pessoal

4 NBR15021 Turismo - Cozinheiro em função polivalente - Competência de pessoal

5 NBR15022 Turismo - Churrasqueiro - Competência de pessoal

6 NBR15023 Turismo - Pizzaiolo - Competência de pessoal

7 NBR15024 Turismo - Bartender - Competência de pessoal

8 NBR15025 Turismo - Commis - Competência de pessoal

9 NBR15026 Turismo - Confeiteiro - Competência de pessoal

10 NBR15027 Turismo - Chefe executivo de cozinha - Competência de pessoal

11 NBR15028 Turismo - Sommelier - Competência de pessoal

12 NBR15029 Turismo - Caixa - Competência de pessoal

13 NBR15030 Turismo - Hospitalidade para profissionais operacionais - Competência de Pessoal

14 NBR15031 Turismo - Hospitalidade para supervisores e gerentes - Competência de pessoal

15 NBR15032 Turismo - Hospitalidade para instrutores - Competência de pessoal

16 NBR15033 Turismo - Manipulador que atua em estabelecimento de serviço de alimentação no setor de turismo - Segurança de alimentos

17 NBR15034 Turismo - Reparador polivalente ou can-fix-it - Competência de pessoal

18 NBR15035 Turismo - Recepcionista em função polivalente - Competência de pessoal

19 NBR15036 Turismo - Recepcionista que atua em função especializada - Competência de pessoal

20 NBR15037 Turismo - Gerente de camping - Competência de pessoal

21 NBR15038 Turismo - Concierge - Competência de pessoal

22 NBR15039 Turismo – Mensageiro - Competência de pessoal

23 NBR15040 Turismo - Auditor noturno - Competência de pessoal

24 NBR15041 Turismo - Chefe de reservas - Competência de pessoal

25 NBR15042 Turismo - Chefe de recepção - Competência de pessoal

26 NBR15043 Turismo - Atendente de reservas - Competência de pessoal

27 NBR15044 Turismo - Gerente de meios de hospedagem - Competência de pessoal

28 NBR15045 Turismo - Chefe de governança - Competência de pessoal

29 NBR15046 Turismo - Capitão-porteiro - Competência de pessoal

30 NBR15047 Turismo - Camareira ou arrumador - Competência de pessoal

31 NBR15048 Turismo - Supervisor que atua em estabelecimento de serviços de alimentação no setor de turismo - Segurança de alimentos

32 NBR15080 Turismo - Agente de viagens
33 NBR15081 Turismo - Gerente de agência de viagens
34 NBRISO24801-1 Serviços de mergulho recreativo - Requisitos mínimos relativos à segurança para o treinamento de mergulhadores Parte 1: Nível 1 - Mergulhador supervisionado
35 NBRISO24801-2 Serviços de mergulho recreativo - Requisitos mínimos relativos à segurança para o treinamento de mergulhadores autônomos Parte 2: Nível 2 - Mergulhador autônomo
36 NBRISO24801-3 Serviços de mergulho recreativo - Requisitos mínimos relativos à segurança para o treinamento de mergulhadores autônomos Parte 3: Nível 3 - Condutor de mergulho
37 NBRISO24802-1 Serviços de mergulho recreativo - Requisitos mínimos relativos à segurança para o treinamento de instrutores de mergulho autônomo Parte 1: Nível 1
38 NBRISO24802-2 Serviços de mergulho recreativo - Requisitos mínimos relativos à segurança para o treinamento de instrutores de mergulho autônomo Parte 2: Nível 2
39 NBRISO24803 Serviços de mergulho recreativo - Requisitos para prestadores de serviços de mergulho autônomo recreativo
40 NBR15284 Turismo - Motorista de táxi - Competência de pessoal
41 NBR15285 Turismo de aventura - Condutores - Competência de pessoal
42 NBR15286 Turismo de aventura - Informações mínimas preliminares a clientes
43 NBR15331 Turismo de aventura - Sistema de gestão de segurança – Requisitos
44 NBR15333 Meios de hospedagem - Sistema de gestão da sustentabilidade - Requisitos de competências para auditores
45 NBR15334 Turismo de aventura - Sistema de gestão da segurança - Requisitos de competências para auditores
46 NBR15370 Turismo de aventura - Condutores de rafting - Competências de pessoal
47 NBR15383 Turismo de aventura - Condutores de turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugues - Competências de pessoal
48 NBR15397 Turismo de aventura - Condutores de montanhismo e de escalada - Competências de pessoal
49 NBR15398 Turismo de aventura - Condutores de caminhada de longo curso – Competências de pessoal
50 NBR15399 Turismo de aventura - Condutores de espeleoturismo de aventura - Competências de pessoal
51 NBR15400 Turismo de aventura - Condutores de canionismo e cachoeirismo - Competências de pessoal
52 NBR15401 Meios de hospedagem - Sistema de gestão da sustentabilidade – Requisitos
53 NBR15453 Turismo de aventura - Turismo fora-de-estrada em veículos 4x4 ou bugues - Requisitos para produto
54 NBR15500 Turismo de aventura – Terminologia
55 NBR15505-1 Turismo com atividades de caminhada Parte 1: Requisitos para produto
56 NBR15505-2 Turismo com atividades de caminhada Parte 2: Classificação de percursos
57 NBR15509-1 Cicloturismo - Parte 1: Requisitos para produto
Fonte: Ministério do Turismo
Link: <http://www.turismo.gov.br>



Fique sabendo:

Up-grading é o nome dado à ação de acomodação de um hóspede em apartamento superior com diária de apartamento inferior.

Geralmente essa ação acontece em situação que exige a retratação de uma falha no atendimento.

Estamos chegando à etapa de encerramento do Módulo: Camareira e Arrumador.
Esse não é o ponto de chegada, e sim o ponto de partida para uma grande carreira profissional...

Nós os organizadores desse material desejamos a vocês muito sucesso pessoal e profissional:

- Seja sempre ético.
- Tenha atitudes ecologicamente corretas.
- Procure ter empatia, quando nos colocamos no lugar do outro, aprendemos a ver o mundo de maneira diferente.



Demetra-v001011

Dinâmica da empatia:

1. Formem duplas.
2. Troque de “nome” com sua dupla.
3. Formule perguntas e peça para o colega de sua dupla responder como se fosse você. Da mesma forma você responderá as perguntas que ele formulou como se fosse ele.
4. No final, façam um debate para que cada um relate como foi se colocar no lugar do outro, as dificuldades e facilidades apresentadas, e a veracidade das respostas.

Fontes bibliográficas:

Livro Recomendado: Camareira de Hotel – Por Elenara Vieira de Vieira
Coleção Labor – Editora Ulbra

Caminhos do Futuro - Ministério do Trabalho AVT/ AP – NT/USP

Referências Bibliográficas:

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética**. São Paulo: Aleph, 2000. v.5. 135 p. :il. (Série Turismo). ISBN

NIETO, Marcos Pinto. **Manual de direito aplicado ao turismo**. 2.ed. São Paulo: Papyrus, 2001. 151 p. (Coleção turismo). ISBN 8530806298.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. 7 ed. São Paulo: Paz e Terra, v.1. 2003.

HALL, Michael C. **Planejamento Turístico, políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

OMT. **Turismo Internacional: uma perspectiva global**. 2ª Ed. Porto Alegre: Bookmann, 2003.

THEOBALD, W. (Org.) **Turismo global**. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

URRY, J. **O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. 2ª ed., São Paulo: Studio Nobel : SESC, 1999.

VALLS, J. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

Sites:

- Revista Você S/A
- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
- Associação Brasileira das Operadoras de Turismo
- Associação Brasileira de Agências de Viagens
- Associação Brasileira de Normas Técnicas
- Instituto de Hospitalidade
- Ministério do Trabalho

TEXTOS COMPLEMENTARES

Dez Passos para Montar um Currículo Nota 10

1) Comece com os dados pessoais

Escreva bem no alto da página: seu nome, endereço, telefone, celular, e-mail, nacionalidade, idade, estado civil e número de filhos. Há quem diga que os três últimos devem ir por último. Faça como quiser, mas o importante é não colocar mais nada além disso. Ou seja, RG, CPF, atestado de reservista, carteira profissional e título de eleitor é besteira. Esqueça.

2) Deixe claro seus objetivos

Depois dos dados pessoais, coloque o(s) cargo(s) e a área a que você aspira, mas seja breve. Se você ainda não é um profissional experiente, o ideal é explicar como você pretende direcionar sua carreira e por que resolveu escolher essa profissão. Tome cuidado para não mandar seu currículo para qualquer empresa. Antes disso, enfoque sua área de atuação e o cargo desejado. Não vale a pena dizer que tem interesse de atuar em 20 áreas diferentes.

3) Capa cor-de-rosa não ajuda

Se você entrega seu currículo com capas ou guarda dentro de pastas com cor e cheiro, esqueça. O segredo é usar

folhas brancas limpas e grampeadas. Até a tipologia deve seguir a linha tradicional: Courier, Arial ou Times New Roman. Os negritos, itálicos e sublinhados só devem ser usados para organizar as informações. Alguns headhunters advertem para o fato de que a preocupação excessiva com a estética dá a impressão que o candidato está tentando compensar uma eventual falha.

4) Currículo sim, biografia não

Um erro muito comum é achar que quanto maior o currículo melhor ele fica. Lembre-se o tempo que você tem para se apresentar não passa de um minuto. Duas folhas, portanto, são o ideal e não vale usar aquela velha tática de diminuir o tamanho da fonte para colocar mais informação dentro de uma página. Cuidado também para não escrever errado.

Erros de português pegam muito mal.

Para um profissional com longos anos de estrada é aconselhável montar um segundo currículo mais detalhado que deve ser mostrado só se for chamado para a entrevista.

Faça um currículo especial para cada empresa que você deseja trabalhar. Óbvio que para isso você vai precisar saber em quais empresas deseja atuar. A partir daí você deve descobrir tudo o que pode sobre a empresa. Como? Internet, jornais, revistas e principalmente conversas com funcionários do local. De repente, você pode encontrar soluções para os problemas que a empresa enfrenta. Isso pode servir como cartas na sua manga.

5) Minhas experiências

O próximo passo é falar das suas experiências profissionais. Essa é uma parte extremamente delicada do currículo. Você deve falar de maneira sucinta todos os lugares que passou e quais foram as suas experiências dentro de cada empresa. Ou seja, vai falar do que é capaz. Uma ótima idéia é organizar seu texto em tópicos.

Mas como ser tão sucinto? Mencione apenas as 5 últimas empresas que você trabalhou começando pelas mais recentes e caminhando para as mais antigas. Fale o nome da empresa, se ela não for conhecida faça uma rápida apresentação dela (ramo de atividade, posição no mercado, faturamento e número de funcionários). Depois descreva seu cargo e o que fazia na prática. Acredite: isso faz a diferença. Ou seja, diga quais eram suas funções e responsabilidades. Se possível não esqueça de mencionar quanto sua empresa lucrou com suas ações.

Caso você esteja começando a carreira vá direto para sua formação acadêmica.

6) A vingança dos Nerds

Uma formação acadêmica numa escola de ponta vai fazer diferença sim. Nessa hora, aqueles longos anos de estudo para entrar na melhor faculdade fazem a diferença. Se você é graduado por uma faculdade não muito conhecida o ideal é "reparar esse erro" fazendo uma pós-graduação. Isso não significa, no entanto, que as pessoas que não estudaram em instituições de renome não têm chance.

A vantagem de ter estudado numa boa faculdade aparece quando a seleção é feita entre pessoas com pouca ou nenhuma experiência. Os graduados numa boa faculdade sempre têm mais chances.

Vale também dizer que os cursos relâmpagos não ajudam em nada. Coloque apenas aqueles que realmente acrescentaram algo importante na sua vida. Esqueça daqueles seminários inúteis de meia hora. Eles definitivamente não interessam.

7) Do you speak English?

Se por um lado os seminários inúteis não ajudam, falar fluentemente um outro idioma vale.

Principalmente se você fez um curso no exterior. Os trainees que fizeram intercâmbio e trabalharam entregando pizza, limpando piscinas, ou qualquer atividade do tipo ganham ainda mais crédito. Por isso não tenha vergonha de dizer como foi sua vida lá fora.

Lembre-se: não vale a pena enganar. Você pode ser surpreendido com um teste cara a cara e se dar mal. Aliás, se descobrirem qualquer falcatrua no seu currículo você será dispensado na hora. O critério é o seguinte: ou você sabe falar fluentemente um outro idioma, ou não sabe. É melhor você falar que seu espanhol é apenas básico, ao invés de dizer que sabe se virar muito bem.

8) Carta para meu futuro chefe

A carta de apresentação serve para personalizar o currículo e mostrar se você serve ou não para o cargo que está disponível. O mais adequado é escrever uma carta para cada empresa.

Sabe aquelas conversas de bastidores? Então, se você conseguir descobrir quem será seu chefe, mais um ponto.

Encaminhe diretamente para ele e não se esqueça de colocar os dados sobre a empresa que possam reforçar seus argumentos.

Se você for mandar seu currículo para uma empresa de headhunting, enderece a carta à empresa ou a um dos seus consultores. Uma carta de apresentação deve responder a 3 perguntas básicas: quem sou, o que quero e o que realizei na carreira. Termine com um pedido de entrevista. A carta de apresentação deve ter no máximo 20 linhas.

Algumas palavrinhas mágicas vão ajudar você a deixar seu currículo mais bem escrito. Use verbos como:

realizar (um projeto)
organizar (uma equipe)

implantar (um processo)
atingir (resultados)
motivar (pessoas)
delegar (tarefas)
criar e executar (soluções)

Coloque todos os verbos no pretérito perfeito, como no exemplo: "criei um novo sistema de trabalho e motivei toda a equipe. Atingi resultados fantásticos".

O currículo nunca deve falar sobre pretensão salarial, nem sequer mencione o pacote de remuneração da empresa anterior. Esse assunto deve ser tratado durante a entrevista.

9) Como devo enviar meu currículo?

Não existe consenso sobre qual é a melhor forma de enviar seu currículo. Muitas empresas possuem um cadastro online em que o candidato apenas completa os dados. Alguns consultores sugerem mandar o currículo como um documento anexado, outros dizem que nem sempre é possível abrir um documento anexado em função de problemas técnicos, ou até por medo de possíveis vírus. O ideal, portanto, é fazer das duas maneiras. Envie um e-mail com o currículo anexado, mas diga que, por via das dúvidas, vai enviar seu currículo também pelo correio.

Seja por e-mail, seja por correio, é completamente desnecessário enviar uma foto. Pode parecer exibicionismo. Mas é conveniente que você leve, no dia da entrevista, uma foto e de preferência com terno (homens) ou tailleur (mulher).

10) É só?

Depois de entrar numa boa empresa não esqueça de atualizar seu currículo sempre que houver uma mudança significativa na sua carreira. Coloque tudo que for realmente significativo. Desde mudança de telefone até um negócio milionário que você fechou com a sua empresa, ou um projeto que deu muito certo no mercado.

Alguns consultores aconselham as pessoas a criar uma espécie de diário profissional. Assim, o profissional não esquece dos fatos importantes da sua carreira.

Fonte: www.vocesa.com.br

Você está no Show Business (Partel) **Não importa qual é o seu ramo. Veja o que pode aprender com o estilo de gestão da Disney**

Por José Luiz Tejon Megido

Num hotel da Disney em Orlando, Camila, de 7 anos, pega uma gripe. A camareira do hotel vem para uma arrumação no primeiro dia da gripe de Camila e descobre que a menina está de cama... não pode sair. Os pais de Camila pedem para a arrumadeira fazer uma limpeza muito superficial e rápida em função disso. No outro dia, Camila ainda se recupera da gripe e está no quarto. A arrumadeira pergunta se querem que o serviço de quarto seja realizado e como está Camila.

No terceiro dia, o apartamento está livre para arrumação, Camila e seus pais saíram para os parques da Disney. A arrumadeira pega um boneco do Mickey na loja de souvenirs do hotel... arruma a cama de Camila com Mickey sobre o travesseiro. Deixa a TV do quarto ligada no canal da Disney e um bilhete escrito ao lado de Mickey: "Olá Camila... nesses últimos dias eu também não me senti muito bem, mas agora já estou bom. Beijos Mickey."

Vocês conseguem imaginar o poder de encantamento que uma ação dessas provoca nos clientes?

É exatamente nessa magia de serviços, passada através de um forte sentimento de orgulho, valores, tradições, padrões de qualidade, características e comportamento da empresa e das pessoas da linha de frente, que reside a grande diferença dessa companhia de entretenimento.

E como isso pode ser obtido na sua empresa, pequena ou grande?

Compreendendo que qualquer que seja seu ramo, sua atividade, de um profissional liberal, micro, pequeno, médio, grande empresário ou presidente do país... vivemos aquilo que "agrega valor". Estamos todos no show business.

O começo de tudo

A Walt Disney Company é uma organização de cerca de US\$ 14 bilhões anuais, envolvendo 60 mil funcionários (equipe de atores), operando em telefonia, televisão, cinema, produtos para o consumidor e parques temáticos. Em Paris, na Flórida e na Califórnia, hotéis, cruzeiros, marketing e esportes, vendas e operações de viagens e... obviamente - desenhos animados.

"Não subestimar o poder de um sonho" - ter sempre em mente que tudo começou com um rato!

"Mickey é o patrão. Tudo o que fazemos, realizamos para as pessoas... também porque nos dá muita satisfação." Os fundamentos Disney são aplicáveis para qualquer um de nós, nos nossos negócios. E, quando esquecemos a verdadeira razão para as nossas atividades existirem, o que motiva as pessoas a comprarem nossos produtos, utilizarem nossos serviços, começamos a ter problemas... e não sabemos onde achar o "fio da meada" para resolvê-los.

"Front of line is the bottom of line." No estilo gestão Disney, "as pessoas da linha de frente são ligadas diretamente ao sucesso da última linha do balanço da empresa".

Estímulo e treinamento

Para desenvolver atitudes como a da arrumadeira do hotel da menina Camila, é fundamental que as pessoas tenham consciência das consequências. Todos são encorajados e estimulados a agir em função dos clientes - chamados de convidados, na Disney. Não existe a punição, existe o treinamento constante em trabalho. Ser punido na Disney somente quando princípios dos valores e tradições, detectados em atitudes e comportamentos, são identificados. A intenção é fundamental!

Good Show! - bom show é a linguagem de mérito dentro da Disney, quando alguém faz um belo trabalho. E, isso pode ser reconhecido inclusive por um outro membro da equipe. Ou por um cliente-convidado. Cartõezinhos como o de "Fanático por serviços ao cliente", são formas de estimular a ação e a identificação de atitudes anônimas como as da nossa arrumadeira. Você foi reconhecido como um fanático por serviços ao cliente. Pegue um cartão desses e coloque-o na caixa localizada próximo à sua área. Isso significa pontos de destaques na avaliação do funcionário (do ator).

Todos que estão trabalhando estão representando seus personagens, interpretando seus papéis. Na Disney, os funcionários são membros do elenco. São atores. São selecionados para viver e interpretar os seus papéis profissionais. Não importa se de arrumadeiras, responsáveis pela limpeza, motoristas, atendimento do hotel ou personagens Disney, como Pateta, Pluto... nos parques e resorts.

Como você organiza o show do atendimento na sua empresa?

Na Disney eles usam uma expressão: "Pó de Pirlimpimpim". A liderança invisível, que rege a magia, e o espírito de 60 mil membros do elenco, e na alegria que criam diariamente.

Você precisa, na sua empresa, meditar e dar energia, vida... à razão maior da existência do seu negócio. Vamos exercitar o raciocínio, ao estilo Disney.

A cultura da sua empresa

A sua cultura, no caso de microempresário ou atividade liberal?

No caso de pequena/ média empresa, a cultura essencial?

O que é? De onde vem?

Passados e tradições:

O começo de tudo: Quem fundou a empresa, por que, quando?

Quais são os propósitos e a filosofia da empresa?

Em que ponto estava a empresa no passado? Como chegou até aqui?

Como cresceu? Como se manteve?

O que você, sua empresa, realizou?

Presente = Operações

O que está acontecendo agora e por quê?

Quais são os padrões operacionais e a forma de tomar decisões?

Isto está sendo bem executado?

Qual é a reação dos seus clientes (dos seus visitantes, convidados...)?

Futuro = Visão

Quais são as esperanças para o futuro?

Em qual direção a empresa (ou você, como profissional liberal) está indo e por quê?

Quais são os planos para chegar lá?

O que você precisa é descobrir qual é o tipo de cultura empresarial que você tem. E não se tem uma, pois certamente, consciente ou inconscientemente, ela existe.

A cultura empresarial é um sistema de valores e crenças que impulsiona ações e comportamentos, e influencia relacionamentos.

Escreva num papel cinco palavras ou frases que você acredita transmitirem corretamente a cultura da sua organização. Peça isso também para os seus sócios ou diretores. Da mesma forma, pense como você acredita que seus funcionários descreveriam a cultura da sua empresa?

Isto é fundamental, pois tomamos decisões no dia-a-dia, automaticamente. E sabemos que 90% das nossas decisões vêm do inconsciente... logo do nosso sistema de crenças e valores. Isto é o que verdadeiramente gerencia a empresa ou a sua vida, no dia-a-dia. É o pozinho mágico...

José Luiz Tejon Megido é jornalista