

UNIFORMES HOTELEIROS: verificando a satisfação dos/as usuários/as.

Autora: CARINA GÉSSIKA IRINEU DO MONTE, SAVIA ANTONYELLE GOMES DE LIRA e MARIA ALICE VASCONCELOS ROCHA

Introdução

Tempos atrás o uniforme era visto como peça de roupa que simplesmente padronizava os/as funcionários/as de determinadas empresas para o trabalho. Entretanto com o desenvolvimento do marketing, o fardamento tornou-se parte do mix de imagem da empresa, e para a clientela, segundo Ragus (2009), é sinônimo de confiança, boa comunicação e higiene. Ainda de acordo com o autor, os uniformes devem priorizar o conforto, a praticidade e a segurança, especialmente no que tange o tipo de modelagem e confecção do produto.

Outros benefícios de diversos campos do saber também são necessários de se considerar nestas vestimentas, como: durabilidade e facilidade na manutenção, combinação e significação das cores e estampas, criação de modelos modernos e práticos para o uso diário das atividades específicas (LOJA DE UNIFORME, 2009).

Diante dessas afirmações percebe-se a necessidade de analisar se os aspectos e benefícios anteriormente citados são atendidos na prática, na percepção dos/as usuários/as, objetivo principal deste estudo. Mais do que isso, é importante investigar junto aos/as funcionários/as das empresas, se seus uniformes e acessórios favorecem a execução de suas atividades específicas; como também identificar alguma possível melhoria na uniformização da realidade encontrada na visão dos/as trabalhadores/as.

Na medida que este estudo se realiza em Pernambuco, um estado com vocação turística e em plena expansão, e os hotéis, por meio de seus funcionários, de alguma forma, expressam a imagem do povo pernambucano. Vale ainda ressaltar que os meios de hospedagem é uma área de estudos do/a profissional de Economia Doméstica, por tratar das relações entre os serviços e o espaço privado de cada hóspede.

1

Como estudantes de Economia Doméstica aptos/as para auxiliar na melhoria da qualidade de vida das pessoas, grupos e comunidades, este tema tem grande importância no que diz respeito a avaliar, observar, estudar, desenvolver e trabalhar a conscientização dos/as usuários/as em relação aos uniformes para melhor atendê-los em suas atividades específicas, como também para que haja melhoramento nas questões econômicas e sociais.

Referencial Teórico

Nos uniformes profissionais, devem-se enfatizar a comodidade, a praticidade, cores e a facilidade no uso, de forma que os mesmos não se tornem cansativos para quem usa, nem deslegante na percepção dos/as clientes da empresa, de modo que a construção de uma boa imagem tenha como base o ser e o aparecer (LAGES, 2009).

De acordo com o site Loja de Uniforme (2009), atualmente os uniformes estão cada vez mais modernos, além de estarem sendo criados numa perspectiva visual alinhada e estética.

Lages (2009) ressalta que para complementar o visual de qualquer funcionário/a é necessária uma boa imagem: (1) mantendo unhas e cabelos sempre bem cuidados; (2) tendo cuidados com a pele; (3) cuidando dos dentes e principalmente do hálito e (4) considerando a higienização pessoal como fundamental.

Já de acordo com Mirkin (2001), o mínimo de maquiagem pode transmitir autoridade, mas é necessário observar se a aparência em geral não está antiquada ou até muito vanguardista, transmitindo um sentimento de estagnação ou de modernização que pode ser incompatível com a imagem da empresa.

O fardamento profissional além de divulgar o nome do estabelecimento, demonstra o nível de organização que este possui. Vestir a farda da empresa mostra que você faz parte da equipe, e aceita as regras por ela estabelecidas, mas o ideal é associar o vestir corporativo com as qualidades pessoais, afirma Mirkin (2001).

Metodologia

Diante do exposto, este estudo foi realizado com funcionários/as da rede hoteleira, por meio de visitas aos hotéis onde foram efetuadas observações e aplicados questionários com perguntas abertas e fechadas a fim de alcançar os objetivos já descritos. A pesquisa foi realizada em três hotéis do bairro de Boa Viagem, Recife-PE, variando apenas nas classificações de 3 a 5 estrelas. Vale ressaltar que a escolha do bairro se deu pelo fato de ser a localidade recifense com a uma maior concentração de hotéis.

A amostra foi composta por cinco funcionários/as que exercem funções diferenciadas nos meios de hospedagem, como camareiras, governantas, mensageiros e recepcionistas dos hotéis. Pautamos na perspectiva de Goldenberg (2004), citado por Carneiro (2008), que afirma não haver critério numérico que exprima a representatividade da amostra e dos dados na pesquisa qualitativa, mas, sim, a capacidade de permitir a compreensão do significado e a descrição densa dos fenômenos estudados em seu contexto.

As técnicas utilizadas foram: observações sistemáticas, questionários contendo perguntas abertas e fechadas, registros fotográficos dos/as profissionais em atividade com seus uniformes, além de levantamentos bibliográficos. Os dados que buscamos coletar através dos instrumentos metodológicos, referiam-se a opinião dos/as entrevistados/as quanto a questão central já problematizada. Dentre os aspectos analisados juntos aos/as funcionários/as, pode-se destacar a durabilidade, a praticidade, a seguridade, a modelagem, o modelo, a confortabilidade e a modernidade dos uniformes, numa escala de um a dez.

3

Resultados e discussão

Quanto aos questionamentos feitos aos/as funcionários/as o quesito praticidade obteve a nota máxima (dez), condizendo com que os/as fabricantes de uniformes ditam como benefícios a serem inseridos nas peças. Em relação à durabilidade, as notas variam de sete a dez, com isto percebe-se que o fardamento mantém-se em bom estado, por um maior período de tempo. Já as notas dadas a confortabilidade variaram de cinco a dez.

As funcionárias que atribuíram notas inferiores a sete (as camareiras), reclamaram quanto ao uso do uniforme no verão.

No verão, a farda esquenta muito, mas no inverno fico bem aquecida com ele.
(Maria, 36 anos, camareira)¹

O quesito cor recebeu duas notas inferiores a sete, com a justificativa de que o fardamento deveria possuir cores claras. De acordo com Loja de Uniforme (2009), as cores que serão utilizadas para este tipo de vestimenta não devem ser cansativas para quem usa e para os/as clientes.

Ao serem perguntados/as sobre os pontos modernidade e modelo, o primeiro obteve notas de um a dez, ao segundo foi atribuído dez apenas uma vez. Neste, as notas variaram de quatro a dez (citado apenas uma vez) mostrando que o modelo nem sempre é visualmente estético e alinhado, conforme a recomendação da Loja de Uniforme (2009).

Quanto à seguridade, todos/as afirmaram que o uniforme profissional era seguro, pois os tecidos eram resistentes e não incomodavam nas suas atividades específicas.

Com relação aos acessórios e calçados, dentre os/as entrevistados/as, três afirmaram que compraram seus calçados. Já as funcionárias que os receberam junto com os uniformes profissionais, reclamaram da sua modernidade e durabilidade. Os acessórios que compõe o uniforme das camareiras vão além das meias, toucas e luvas. Os brincos usados para ornamentar, também são de uso obrigatório. A maquiagem e o penteado completam a padronização.

A frequência de fornecimento dos uniformes novos acontece anualmente, sendo duas peças da parte superior e duas na inferior, salvo uma recepcionista que afirmou recebê-los a cada dois anos. Este fato confirma o que Laus (2006) recomenda, ou seja, a quantidade de uniformes calculadas por funcionários/as é de duas unidades de peças coloridas, e três unidades para peças brancas, no mínimo.

¹ Os nomes foram alterados para preservar a identidade dos/as entrevistados/as.

Não houve nenhuma resistência para o uso do fardamento por nenhum/a funcionário/a, provavelmente por alguns/as terem recebido informações sobre a importância do uso e a sua conservação.

Referenciando a melhoria dos uniformes, o mensageiro/manobrista fez menção de seu desejo por mais dois bolsos na parte superior de seu fardamento na altura do busto, e a camareira gostaria que o tecido fosse mais vaporoso e o modelo melhorado.

Gostaria que tivesse mais dois bolsos na parte superior, pois as vezes coloco as chaves do cliente no bolso de baixo e corro grande risco o risco de perder quando me abaixo. Já fiz a solicitação, porem não fui atendido. (Pedro, 50 anos, mensageiro/manobrista.)

Eu queria que a roupa fosse mais “fresquinha”, que não houvesse mangas. (Cristina, 36 anos, camareira)

5

Diante destes resultados é possível identificar que ainda há um campo amplo para melhoria na confecção dos uniformes do setor de hotelaria. Como foi demonstrado, é de suma importância a participação dos/as usuários/as no momento do planejamento.

Conclusão

Considerando o que as empresas de uniformes planejam para elaboração destes, muitos benefícios propostos não são atendidos na prática. Quando questionados/as na pesquisa de campo, muitos/as dos/as funcionários/as não se sentiam satisfeitos/as por completo com sua vestimenta de trabalho. A cor, a falta de bolsos e a escolha dos tecidos, foram algumas críticas por eles/as levantadas. Porém, mesmo com todas essas problemáticas apresentadas, o favorecimento das realizações das atividades específicas não são comprometidas.

Desta forma, analisando as qualidades expostas pelos/as empresários/as, conclui-se que deve haver uma maior análise e dedicação no planejamento nos uniformes profissionais, de modo que possam atender a cada um dos cargos, em suas respectivas tarefas e a subjetividade de cada indivíduo. O/a economista doméstico/a, certamente, pode auxiliar nesta etapa de tão grande importância, pois o funcionário/a satisfeito terá um melhor rendimento em sua função e conseqüentemente sua qualidade de vida no trabalho será elevada.

Referências

CARNEIRO, Maria da Penha et al. **Programa Bolsa Família: mudanças e permanências segundo as mulheres beneficiárias em Viçosa**. Oikos, Viçosa, v.19, n.2, p. 207-231, 16 de out., 2008.

LECY, Cirilo, LAUS, Regina, et al . **Administração Hoteleira: Desafio e tendências para o século XXI**. São Paulo: DVS, 2006.

MIRKIN, Toby Fisher. **O código do vestir: os significados ocultos da roupa feminina**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

LAGES, Silvana Bicalho. **Uniforme: As bases para o sucesso profissional**.2009.

Disponível em:

<http://www.criativamarketing.com.br/criativa/paginanoticias2.asp?area=Artigos&subarea=Marketing%20-%20Produto&cod_info=635&codigo=97> Acessado em: 01 de set. de 2009.

LOJA DE UNIFORME. 2009. Disponível em: <<http://www.lojadeuniforme.com.br>> Acessado em: 01 de set. de 2009.

UNIFORME. O PORQUE DE VESTIR. 2009. Disponível em:

<<http://ragus.com.br/uniformizar.htm>> Acessado em: 10 de set. de 2009.