

CARACTERÍSTICAS HOSPITALEIRAS DO ANFITRIÃO EM CLÍNICAS DE ESTÉTICA

Ciências Sociais Aplicadas: Hospitalidade e Turismo

Joana d’Arc de Souza Saturnino¹ e Roseane Barcellos Marques²

Universidade Anhembi Morumbi

¹Mestrado em Hospitalidade, Campus Mooca, joana.saturnino@animaeducacao.com.br.

²Programa de Pós Graduação em Hospitalidade, Mooca, roseane.marques@animaeducacao.com.br

Introdução

No contexto comercial, durante as ofertas terapêuticas, os anfitriões devem fornecer aos clientes orientações no pré, durante e pós-tratamentos, demonstrando segurança e respeitando a individualidade de cada ser humano. De acordo com Baptista (2002, p. 157-8), “hospitalidade é um modo privilegiado de encontro interpessoal marcado pela atitude de acolhimento em relação ao outro” e para Camargo (2015, p. 42-69), “a hospitalidade deve ser incentivada e é uma virtude rara, a sua incondicionalidade vale tanto para anfitrião, como para o hóspede”.

Telfer (2004), explicou que pessoas que agem com *hospitality* possuem desejo em agradar de forma genuína, sem espera de recompensas, em ambientes comerciais as relações permeiam entre clientes e profissionais, e a hospitalidade e as características hospitaleiras dos anfitriões podem consolidar as interações, contribuindo para experiências agradáveis.

Para as empresas que fornecem serviços, e conseqüentemente dispõem de funcionários que lidam diretamente com o público, se faz necessária a compreensão da hospitalidade, isso porque esse mesmo funcionário, ora estará em uma posição de hóspede de sua organização, e em alternância referente a sua posição profissional, será o anfitrião para com seus clientes, portanto Camargo (2015, pág. 42-69), afirma que “uma empresa não é hospitaleira ou inhospitaleira: seus responsáveis, aqueles que atendem o público é que são”.

O bem-estar, está relacionado com a sensação de felicidade, otimismo, emoções positivas e realizações. Categorizado de duas formas, o bem-estar eudaimônico está relacionado a experiência das pessoas a respeito de suas vidas, criando significados e experiências de autorrealizações, já o hedônico define a busca pelo prazer e felicidade dos indivíduos. Fatores ambientais e contextos relacionados a vida dos sujeitos, podem ser fatores influentes sob sensações de bem-estar. Contudo, o problema de pesquisa é: como as características hospitaleiras dos anfitriões podem contribuir com a percepção e bem-estar dos clientes após os atendimentos terapêuticos em clínicas de estética?

Objetivo

O objetivo geral é compreender como as características hospitaleiras dos anfitriões e a sensação de bem-estar após os tratamentos terapêuticos são percebidos pelos clientes.

Metodologia

A pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso múltiplo proposto por Yin (2015) e para essa pesquisa, na etapa de coleta de dados serão empregadas duas ações, a primeira é a revisão sistemática da literatura onde serão explorados os conceitos de hospitalidade e bem-estar e a segunda ação será a coleta de dados por meio dos depoimentos públicos registrados por clientes nos sites das empresas, TripAdvisor, Facebook e Google.

Resultados Esperados

A hospitalidade, no domínio comercial está intrínseco às relações humanas, ao ato de acolher e de se sentir acolhido. Desta forma, é fundamental que seja estabelecida uma comunicação responsável e efetiva na busca por atender aos clientes realizando atendimentos seguros e assertivos.

A coleta de depoimentos para uma primeira verificação dos conteúdos foi realizada em todas as plataformas e empresas selecionadas para a pesquisa. Os depoimentos das empresas Budha SPA e Zahra SPA seguem para exemplificação dos resultados.

PLATAFORMAS

DEPOIMENTOS

FACEBOOK

“Amei cada segundo que estive lá! Atendimento ótimo, profissionais qualificados, ambiente aconchegante, propício pra quem está precisando relaxar. Certamente voltarei. Já com retorno agendando e fazendo contagem regressiva pra ficar bem mais uma vez!” (2017).

GOOGLE

“Espaço maravilhoso para quem busca um respiro em meio à loucura da cidade. Massagem relaxante é maravilhosa, tem um efeito de fato na mudança do bem-estar. A massagista foi muito atenciosa e cuidou com carinho das minhas necessidades. Parabéns”. (2021).

TRIPADVISOR

“Conheci as unidades de Perdizes e Higienópolis e gostei de ambas! A cordialidade e a competência dos profissionais, a boa atmosfera com música e chás relaxantes, a decoração... Tudo contribuiu para que eu virasse cliente! Já experimentei diversas terapias e sempre fico com vontade de voltar. Recomendo!” (2015).

Quadro 1 Depoimentos Buddha SPA

Fonte: Elaboração própria.

PLATAFORMAS

DEPOIMENTOS

FACEBOOK

” Local muito agradável! As profissionais cuidam mesmo do seu bem-estar!” (2016).

GOOGLE

“Minha experiência foi ótima. O atendimento é cordial e as meninas são atenciosas e muito qualificadas. Recomendo a Zahra a todos que quiserem ter um relaxamento com bem-estar e ainda ser bem-tratado.” (2020).

TRIPADVISOR

“Fiz dois tratamentos que fiquei muito satisfeita com o resultado. O primeiro foi a massagem de Bambuterapia e o segundo foi a Ultracativação. Amei os resultados!!! Já estou pensando qual será o próximo tratamento porque o verão já está aí. SPA é super bem localizado, com estacionamento e manobrista (*free*), o ambiente é bem charmoso e muito agradável, na recepção tem um chá MARAVILHOSO (especialidade de lá), profissionais perfeitos e pontualidade no atendimento. Super recomendo!!!” (2016).

Quadro 2 Depoimentos Zahra Spa e estética

Fonte: Elaboração própria.

É possível identificar nessa prévia da coleta de dados que os termos relacionados à hospitalidade e características hospitaleiras estão presentes nos depoimentos dos clientes. Espera-se que este estudo possa contribuir e gerar futuras pesquisas na área da hospitalidade e bem-estar. Diante disso, pressupõe-se que profissionais capacitados, que compreendam a recepção e a hospitalidade durante os tratamentos realizados contribuam com a percepção de bem-estar dos clientes, dessa forma pretende-se evidenciar as investigações da hospitalidade na oferta de serviços das clínicas de estética.

Bibliografia

- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção Primária à Saúde. Departamento de Promoção da Saúde. Guia de Atividade Física para a População Brasileira [recurso eletrônico] / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção Primária à Saúde, Departamento de Promoção da Saúde. – Brasília: Ministério da Saúde, 2021. 54 p.: il.
- CAMARGO, L.. As leis da hospitalidade. *RBTur*, v. 15, 2021.
- CRESWELL, J. W. *Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre. Editora: Artmed. 2ª Edição. 2007.
- LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. (Ed.). *Hospitality: a social lens*. Netherlands: Elsevier, 2007.
- PYKE, Sarah et al. Explorando o bem-estar como um recurso de produto turístico. *Tourism Management*, 2016. 94-105.

Apoio Financeiro: Bolsa Institucional da Universidade Anhembi Morumbi.

