

Serviços do Receptivo Turístico no Aeroporto Internacional de Guarulhos/São Paulo – Governador André Franco Montoro

Maisa Franciele do Nascimento¹

Resumo

O turismo no Brasil representa pouco mais de 3% do PIB nacional ao ano e o setor aéreo está progredindo economicamente nos últimos anos devido à entrada de novas famílias à classe média, a redução dos preços das passagens aéreas e outras mudanças. O receptivo turístico é responsável por todos os serviços prestados ao turista que chega a determinado destino que não seja o de sua origem sempre que contratado. Considerado um dos mais importantes aeroportos do país em movimentação de cargas e passageiros, o Aeroporto Internacional de Guarulhos/ São Paulo tem quase 30 anos, até o momento com dois terminais por onde embarcam e desembarcam por ano mais de 280 milhões de passageiros e turistas através das suas 46 empresas aéreas que utilizam 286 balcões de check-in, segundo dados da Infraero (2010). Sendo assim, muitas empresas de turismo receptivo prestam serviços para muitos passageiros que estão desembarcando e esperam obter um serviço de qualidade, assim como as empresas visam à satisfação do cliente. Taguchi (1990) “destaca que se obtém a qualidade quando se alcança a meta estabelecida (...). Nem sempre as somas dessas metas traduzem a expectativa do consumidor final”. Portanto, qual deve ser o perfil dos funcionários dos receptivos turísticos do Aeroporto André Franco Montoro para a prestação de um serviço com qualidade? Esta será a proposta principal deste trabalho.

Palavras-chave: *Turismo; Receptivo Turístico; Guia de Turismo.*

¹ Discente do curso de Graduação em Turismo pela Universidade Anhembi Morumbi.

INTRODUÇÃO

Abordar o tema de receptivo turístico consiste em um conjunto de processos e pessoas para a execução deste serviço que tem como objetivo receber o turista a partir do desembarque, neste caso como objeto de estudo, no aeroporto. O constante aumento de passageiros embarcando e desembarcando no aeroporto, os megaeventos que estão a ser sediados no Brasil, a insatisfação constante de turistas referente ao serviço prestado no aeroporto, ocorrem em uma oportunidade de capacitação profissional e satisfação dos turistas.

O fato do mundo está observando o desenvolvimento econômico do Brasil, de ser a sediar a Copa das Confederações em 2013, Copa do Mundo em 2014 e as Olimpíadas em 2016, faz com o que o país seja observado pelo mundo, a expectativa tanto da população nacional como do mundo inteiro aumentam a cada momento em que esses eventos se aproximam.

Para que essa expectativa seja atendida e superada positivamente, os profissionais da área de turismo devem procurar capacitação no setor em que atuam, além de buscar se manter atualizado para atender as necessidades de todos os turistas.

Neste caso, o profissional a ser analisado é o que presta os serviços de receptivo turístico e em como as empresas deveriam divulgar-lo aos seus clientes que veem ao Brasil.

O principal objetivo é definir qual é o profissional responsável e capacitado para receber o turista a partir do desembarque no país. Ilustrar através de uma das ferramentas de gestão da qualidade como as empresas de receptivo deveriam prestar os seus serviços sempre mantendo o foco no cliente. Um dos métodos para que está pesquisa aconteça é a utilização pesquisa bibliográfica para coleta de bibliográfica publicada em livros, artigos, dissertações e revistas do setor de turismo, qualidade de serviços e agências de turismo receptivo. Assim como entrevista pessoalmente com o representante do órgão responsável pelo profissional do receptivo turístico. Após a análise bibliográfica, entrevista com o órgão de receptivo turístico e definição da ferramenta de gestão da qualidade, o resultado a ser apresentado será um dos meios de divulgar as empresas qual é o perfil deste profissional e como deve ser prestado o serviço de receptivo e aos turistas para que saibam qual é a formação e responsabilidades do profissional para tenha um serviço de qualidade e confiável. Estudiosos da área de Turismo e Hospitalidade Luiz Octávio de Lima Camargo, é um das maiores referências brasileira na área, em relação à qualidade no turismo Cíntia

Möller Araujo apresenta em uma das suas obras como a qualidade no turismo no Brasil é vista e estudada, na área de agências de turismo e a sua gestão, Mario Petrocchi é uma das grandes inspirações e referência nacional e Roberta Sogayar ao mostrar como a hospitalidade interage com o mundo contribuíram com seus conhecimentos para a realização desta pesquisa.

TURISMO RECEPÇÃO: OPORTUNIDADE PARA UMA CIDADE

O turismo é um dos setores importantes para economia e desenvolvimento de uma cidade, estado e país. Alguns destinos investem muito mais no turismo emissor do que no turismo receptivo, conforme a sua demanda. Porém, para cidades que são “portas de entrada” para o país ou estado, possuem potencial para investir no turismo receptivo. Como é o caso, de Guarulhos, município localizado ao nordeste e a cerca de 17 Km do marco Zero da cidade de São Paulo, sendo de fácil acesso a capital onde está concentrado o turismo do estado de São Paulo. Portanto a cidade apresenta potencial em turismo receptivo, pois o aeroporto de Guarulhos recebe por ano mais de 285 milhões de pessoas embarcando e desembarcando. E o turismo e a qualidade de serviços podem ser percebidos e avaliados através deste grande portal de São Paulo, o aeroporto.

Sendo assim, A OMT (Organização Mundial do Turismo) define turismo como o “*movimento de pessoas a lugar diverso do qual habite por tempo inferior a 360 dias, desde que esta não realize atividades econômicas*”. Portanto, turismo é a realização de viagens para outros locais por vários motivos desde lazer até turismo de negócios, onde as pessoas viajam a trabalho.

Como o turismo lida com pessoas, pratica a hospitalidade, ao desembarcar no aeroporto de Guarulhos, os turistas esperam um serviço de receptivo turístico de qualidade atendendo a todas as suas necessidades e desejos. Conforme Pelizzer conclui que o “*Turismo Receptivo passa a ser um meio de se processar uma nova tendência de sobrevivência de muitas cidades (destinos turísticos)*”, como é o caso de São Paulo.

Segundo dados da SPturis (2011) existe na capital mais de 40 empresas e em Guarulhos cerca de 7 empresas de turismo receptivo onde algumas oferecem serviço de receptivo turístico. Pode haver o questionamento sobre como a qualidade é traduzida através dos serviços dessas empresas e quem os executam. Conforme Deming (1990) aborda “*a qualidade deve visar às necessidades do consumidor, tanto atuais quanto*

futuras”, ou seja, o turista/cliente espera sempre ser bem atendido, receber atenção e todo o suporte necessário para que a sua visita crie várias experiências e possa sempre retornar ao destino.

QUALIDADE NO TURISMO: SINÔNIMO DE SATISFAÇÃO

No turismo a qualidade é primordial, trabalhar com pessoas e serviços exige qualidade e cada vez mais os clientes/turistas estão exigentes e é através da qualidade que a empresa obtém a satisfação do cliente, conforme Deming (1990) afirma:

A satisfação do cliente com relação a qualquer serviço ou item fabricado, medida por qualquer critério que seja, mostrará uma distribuição que varia desde a insatisfação extrema até altamente satisfeitos, exultantes (Deming, 1990).

Entretanto, avaliar a satisfação do cliente é um desafio para empresa, pois de acordo com uma pesquisa realizada pela Harper's Magazine em 1986, se um cliente está satisfeito com a compra feita e/ou o serviço usufruído, contará a apenas 8 pessoas e se o cliente está insatisfeito, contará a pelo menos 22 pessoas. Entretanto, as empresas não ficam cientes dessa insatisfação, pois de cada 27 clientes que vivenciam uma experiência insatisfatória, somente 1 reclama com a empresa, segundo apresenta um estudo realizado pela Technical Assistance Reserach Programs.

Algumas empresas até elaboram as pesquisas de satisfação, porém somente alguns dos clientes a respondem. O método follow up onde a agência entra em contato com o cliente após a realização do serviço para saber a opinião do cliente sobre a experiência que a agência lhe proporcionou, está começando a ser mais utilizado pelas empresas ao invés de entregar a pesquisa de satisfação ou de enviar por e-mail. Porém, ainda não foram publicados dados sobre a utilização deste método que ajudaria a medir a qualidade percebida pelo cliente.

Essa dificuldade de se obter avaliar a qualidade e o feedback dos clientes será permanente, pois as necessidades, desejos e perspectivas dos clientes variam e mudam conforme vivenciam algo.

PRESTAÇÃO DE SERVIÇO RECEPÇÃO DE QUALIDADE

A qualidade começa a partir do momento em que o cliente entra em contato com agência de turismo receptivo para contratação de um determinado serviço. Logo após a contratação, de a agência ter vendido o serviço, o cliente idealiza como será a sua chegada ao destino e como será a sua estadia, a sua experiência em estar naquele determinado local.

Essa idealização começa a ser realizada ou não, a partir do momento do embarque onde o cliente espera que o seu voo não atrase ou também seja cancelado. Ao chegar a um lugar desconhecido, o cliente, que agora é turista, espera que tenha alguém se identificando e divulgando que está a sua espera. Ao encontrar o representante ou o guia da agência de turismo receptivo, o turista espera ser bem recebido, com a hospitalidade que merece, ou seja, dando às boas vindas e mostrando interesse em saber se o cliente fez um bom voo. O turista, na maioria das vezes, pode não saber quanto tempo levará o traslado até o hotel ou até onde ele requisitou em ir, portanto o guia ou o representante deve informá-lo. Porém antes de sair do aeroporto, perguntar ao cliente se ele deseja trocar dinheiro, ir ao banheiro ou até mesmo se deseja alimentar-se faz parte do roteiro dos serviços de receptivo, além de fornecer informações que o cliente solicitar. O roteiro do receptivo turístico dentro do aeroporto finaliza quando o cliente deixa o aeroporto e segue o roteiro que comprou da agência.

Esses serviços são simples de serem realizados. Porém, o que importa para o cliente não é somente a prestação dos serviços, mas como ele será tratado e a agência superará as suas expectativas. Lembrando que os clientes estão cada vez mais exigentes e desejam ser bem atendidos e os serviços receptivos devem superar as expectativas dos clientes, pois ninguém gosta de ser mal recebido a um lugar que não seja a sua terra natal.

A HOSPITALIDADE COMERCIAL E HOSPITALIDADE DOMÉSTICA CAMINHAM LADO A LADO

A hospitalidade é fundamental para que haja o turismo. Conforme uma das obras de Castelli (2010) diz que a hospitalidade é a forma de acolhimento daquele que não está no seu local de convívio. A forma como o anfitrião trata o seu convidado. A hospitalidade está presente desde o tempo da Antiguidade, e está em constante evolução com o passar dos anos. Camargo (2004) complementa dizendo que as pessoas viajam por uma questão de necessidade de o outro para acolhê-la, além de haver um envolvimento com as outras

peças e destinos. Camargo (2004) ainda apresenta as duas escolas da hospitalidade a comercial (americana) e a doméstica (francesa). A escola americana visa sempre a comercialização da hospitalidade através das agências de turismo, hotéis, transportadores e entre outros estabelecimentos. A francesa se interessa pela hospitalidade doméstica, que utiliza o dar-receber-retribuir – originária dos estudos de Mauss - como base, ignorando a comercial.

Na antiguidade, a hospitalidade era percebida no alimentar, onde o convidado era recebido com um banquete oferecido pelo anfitrião. Assim que começaram a surgir os deslocamentos, as pessoas começaram a se hospedar na casa de conhecidos ou familiares, ou até mesmo, desconhecidos. Surgindo os hotéis, do seu modo mais simples, oferecer somente cama e alimentação. A hospitalidade também estava presente antigamente nos conflitos, por exemplo, entre países, um era hospitaleiro com o outro para demonstrar confiança e respeito, sendo uma estratégia de guerra para conquista de interesses. Ao fim dos conflitos, os vencedores eram recebidos pelo seu povo com muita comemoração e regalias.

A hospitalidade veio se desenvolvendo com a humanidade, a hospitalidade moderna é percebida na maior parte do tempo como comercial, percebida nos serviços padronizados. Por exemplo, no caso da hotelaria, o recepcionista deve receber o hospede com um sorriso e sempre mostrar empatia e acolhimento no momento do atendimento. No caso da aviação civil, a comissária de bordo deve sempre perguntar ao passageiro se ele está confortável, se precisa de algo, sempre demonstrando preocupação e simpatia.

A hospitalidade doméstica é ser hospitaleiro, simpático, acolhedor e demonstrar preocupação e acolhimento com naturalidade. Não há a necessidade de ensinar ao próximo, mas sim, de retribuir. A marca Bulgari Hotéis da rede Marriott se adaptou a esta hospitalidade, os seus funcionários tem liberdade para interagir da melhor maneira, de acordo com o perfil de cada hóspede, ao estar atendendo alguém. Além do funcionário se sentir à vontade para ser quem ele é, o hospede percebe o quão natural é o comportamento e o tratamento do funcionário com ele.

Ambas existem para atender bem o cliente e superar as suas expectativas. Quando falamos em hospitalidade, qualidade e turismo tudo varia de acordo com a ótica do cliente.

Portanto, ao ser hospitaleiro, ao prestar um serviço de qualidade os profissionais devem, sempre, colocar em prática a hospitalidade independente se for a comercial ou a hospitalidade doméstica.

O PROFESSOR DO RECEPÇÃO TURÍSTICO

O receptivo turístico é acompanhar o turista durante toda a viagem ao destino desde o momento de desembarque até o momento de ele embarcar de volta ao seu país de origem ou partir para outro destino.

Atualmente, muitas agências de turismo receptivo fazem este trabalho operacional, com os seus profissionais que na maioria das vezes não possuem as qualificações necessárias para prestar o serviço.

O profissional do receptivo turístico é o guia de turismo, segundo consta na Lei nº8.623/93, de 28 de Janeiro de 1993 no artigo 5º afirma que o guia de turismo deve acompanhar, orientar e transmitir informações a pessoas em visitas, excursões urbanas, municipais, estaduais, interestaduais ou especializadas dentro do território nacional.

O guia de turismo, portanto é o responsável por conquistar o turista no momento de sua chegada ao país.

Para que isso aconteça, o Ministério do Turismo no Brasil incentiva o curso de guiamento, pois o guia de turismo só poderá exercer a profissão tendo o certificado do curso e sendo cadastrado na EMBRATUR, onde o futuro profissional se especializará em território regional ou nacional ou internacional. Sendo possível se especializar em todos.

Os profissionais adquirirem conhecimentos geográficos, históricos, turísticos, hospitaleiros e entre outros. Sendo, portanto, capacitados a acolher o turista.

Porém não há fiscalização por parte dos órgãos relacionados ao turismo e por muitos sindicatos relacionados aos profissionais de turismo. Com isso, muitos turistas não recebem o atendimento devido segundo a aplicação de hospitalidade, abordada anteriormente.

Estes profissionais devem ser contratados por agências de turismo receptivo para poderem prestar o serviço de receptivo turístico. O guia de turismo é responsável pelo operacional e conforme Petrocchi e Bona (2003) descrevem que a agência é responsável pela roteirização da viagem e em como a viagem será executada, havendo a necessidade da contratação deste profissional onde empenhará a sua função em conjunto com a agência.

Conforme apresenta a lei nº946/93 de 1º de Outubro de 1993 sobre a profissão do guia de Turismo, o mesmo deverá desempenhar a sua função de acordo com a sua área de especialização.

IDENTIFICAÇÃO DO GUIA DE TURISMO NO RECEPÇÃO TURÍSTICO

Independente da agência que o guia está trabalhando ele deve portar o crachá de guia de turismo emitido pela EMBRATUR, conforme a lei nº946/93, de 1º de Outubro de 1993, artigo 2, inciso VI.

A agência pode informar ao turista antes do seu desembarque como o guia o aguardará. Porém, pode ser que muitos turistas não se atentem a identificação do profissional para ter certeza que estará acompanhado de um profissional capacitado.

FISCALIZAÇÃO EM PROL DO RESPEITO E QUALIDADE

Foi realizada uma entrevista com a presidente do sindicato dos Guias de Turismo de São Paulo, o assunto abordado foi referente à como as agencia de turismo receptivo contratam os guias de turismo e qual é a responsabilidade da agencia e do sindicato em relação a este profissional.

A presidente do sindicato disse que está ocorrendo um processo de fiscalização do por parte do sindicato em relação às agências de turismo receptivo que não contrataram guias de turismo para prestar o serviço de receptivo turístico, pois consta na lei, conforme mencionado anteriormente.

Essa fiscalização está ocorrendo, até o momento, no aeroporto de Guarulhos com a permissão da Infraero. Porém, esta fiscalização só ocorre por interesse direto do sindicato.

Os resultados desta fiscalização estão sendo satisfatórios, pois a agências que não cumprem a lei estão sendo encaminhadas a policia civil da cidade. Onde acatam as ordens e decisões, a primeiro momento, da policia civil. Além de muitas agências estarem se conscientizando a contratar o guia de turismo para não só cumprir a lei, mas como também ter a certeza que estará desempenhando o seu objetivo com o turista muito bem.

Segundo a presidente, o sindicato espera atingir os demais sindicatos de guia de turismo pelo país para fortalecer esta fiscalização. A presidente se mostra preocupada com

os turistas, pois se o receptivo turístico é desempenhado pelo profissional especializado e qualificado, muitos casos de insatisfação e até mesmo de polícia poderão ser evitados.

Mesmo sem o apoio do Ministério do Turismo, o sindicato está fazendo o que é possível até o momento, comenta a presidente.

A presidente menciona que “é uma questão de respeito com a nossa profissão e com o turista” ao se referir sobre os objetivos da fiscalização.

ANÁLISE DO OBJETO DE ESTUDO E RESULTADOS

O guia de turismo é responsável por encantar, zelar e atender bem o turista desde o momento do desembarque até o seu embarque a um próximo destino.

As agências de turismo poderiam investir mais neste profissional para captar mais turistas ao país, mantê-lo motivado e valorizado para que sempre preste um serviço de qualidade.

Empresas que buscam a excelência utilizam de ferramentas de gestão da qualidade ou buscam certificações, uma delas é a ISO 9000 – se refere à qualidade -. Algumas ferramentas que podem ser aplicadas nas empresas são: Ciclo de Deming ou PDCA (Planejar, Executar, Verificar e Ação); Diagrama de Causa e Efeito ou Diagrama de Ishikawa; Brainstorming; Diagrama de Dispersão; Fluxograma e entre outros. Todas essas ferramentas possuem o mesmo objetivo: alcançar a qualidade ou executar o seu serviço ou fabricar o seu produto com zero defeito, ou seja, sem nenhuma falha.

FERRAMENTA PARA MELHORIA DO RECEPÇÃO TURÍSTICO

Para esta pesquisa foi aplicado o ciclo PDCA criado por Deming (1950) que tem como objetivo facilitar e agilizar os processos envolvidos durante a execução de uma gestão, neste caso a da qualidade. Este ciclo pode ser aplicado a curto, médio e longo prazo e em vários setores de uma empresa e para vários serviços.

O ciclo consiste em atender a princípio cinco critérios: Planejar, Executar, Verificar e Ação.

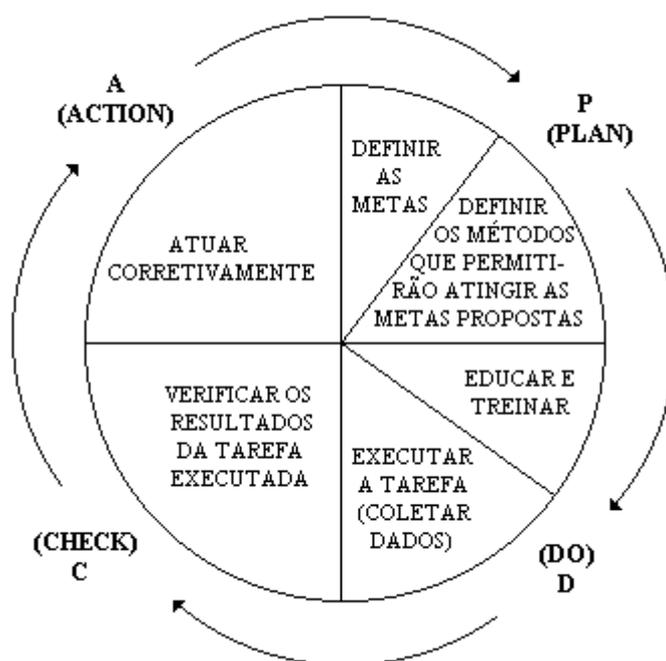
O primeiro passo é planejar os processos e procedimentos necessários para atingir os resultados.

Depois de planejado, deve-se realizar as atividades planejadas. Como a realização das atividades, o monitoramento e avaliação dos resultados devem acontecer

periodicamente. Confrontando com o que foi planejado, executado e com a expectativa idealizada, analisando todas as informações adquiridas para a elaboração de relatórios.

Por ultimo e não menos importante, como a avaliação e relatório feitos, deve-se agir com o que foi coletado e analisado para futuramente confeccionar planos de ação, em busca da melhoria da qualidade, aprimorando o método que foi executado e corrigindo antigas falhas.

No caso do guia de turismo e agência de turismo receptivo, o ciclo ficaria da forma apresentada:



Fonte: Site Daltalyzer, 2013.

Planejar

Definir Perfil do guia: contratar guia regional e/ou nacional;

Atendimento com foco na Hospitalidade: sempre atender da melhor maneira o turista, com bom humor e pró-atividade, demonstrar entusiasmo e simpatia e envolve-lo no passeio e viagem;

Divulgação do guia de Turismo: Informar ao cliente que o guia o acompanhará durante a viagem e quais são as suas qualificações.

Cumprir as diretrizes impostas pela lei dos guias de Turismo: contratar guias de turismo formados pelo curso do Ministério do Turismo; Orientar o guia a utilizar o crachá de identificação imposto pela lei.

Implantar a hospitalidade comercial e doméstica no atendimento ao cliente: Ser hospitaleiro com o turista, questioná-lo se precisa de algo antes de começar a viagem àquele destino, se preocupar com o turista e atender as suas exigências e necessidades, demonstrar interesse, carisma e alegria ao atendê-lo.

Executar

Investir em treinamentos para os guias de turismo, com foco em atendimento, hospitalidade e conhecimentos gerais do destino.

Informar ao cliente quem irá atendê-lo e acompanhá-lo durante a viagem e sua formação para que o cliente adquira confiança na empresa e no profissional.

Ter o *feedback* (opinião) do cliente, questioná-lo como foi a viagem, o atendimento que teve, quais as sensações e sentimentos que teve durante e após a viagem utilizando o método follow-up (contato direto com o cliente via telefone ou e-mail).

Verificar os Resultados

Verificar se o atendimento foi feito de forma adequada, se o guia de turismo foi hospitaleiro, exerceu as suas funções.

Verificar se o cliente retornou a empresa, ou seja, realizou uma nova viagem com a agência.

Analisar o número de clientes que retornaram após a mudança e os novos clientes que foram conquistados durante a mudança.

Através da coleta dos dados, as opiniões dos clientes, analisarem o que pode ser melhorado e o que melhorou e deve ser desenvolvimento.

RESULTADOS

Com base no conteúdo teórico abordado, na entrevista realizada e no desenvolvimento do ciclo PDCA pode se perceber o quanto a mão de obra do profissional de receptivo turístico está desvalorizada.

Atualmente, profissionais ilegais dizem ser guias de turismo e vão as alas de desembarque do aeroporto para receber aquele que está interessado em conhecer o destino, no caso o estado e ou cidade de São Paulo e ou Guarulhos, e leva-los, provavelmente, a uma experiência negativa devido a sua falta de qualificação profissional.

Consta na lei quem deve exercer esta função, quem estuda e se prepara para receber os turistas. As agências de turismo receptivo que não cumprem a lei deverão arcar com as punições previstas em lei, mas não há uma fiscalização nem por parte dos órgãos públicos responsáveis pela segurança tanto da população local como do turista e nem do Ministério do Turismo.

Mesmo havendo fiscalização por parte do sindicato dos guias de turismo de São Paulo, há pouco apoio para deter esses profissionais que exercem ilegalmente a função de guia de turismo e orientar as agências de turismo receptivo a contratar e investir nesses profissionais.

As agências de turismo receptivo deveriam perceber o quanto isso impacta negativamente a sua imagem mediante não só ao mercado do turismo nacional e internacional ou como o cliente.

O guia de turismo recebe a qualificação devida, até o momento, para exercer a sua função dentro de uma agência de turismo receptivo ou em órgãos governamentais de turismo.

Este profissional compreende a necessidade da aplicação da hospitalidade e conhecimentos geográficos e históricos do destino enquanto está acompanhando o turista.

Não se trata somente de buscar o turista no desembarque e leva-lo até o hotel que irá se hospedar. O serviço de receptivo turístico vai muito, além disso, este serviço visa divulgar conhecimentos sobre o destino ao turista, encanta-lo e deixar o turista entusiasmado com a viagem buscando aproveitar cada vez mais a viagem e adquirir maiores informações e conhecimento do guia de turismo.

Portanto, se o Brasil é conhecido mundo a fora como um país hospitaleiro, o aeroporto de Guarulhos sendo considerado uma das portas de entrada para o país, deveria haver maior investimento por parte das agências de turismo receptivo nos profissionais qualificados para prestar o serviço de receptivo e por parte do governo em fiscalizar os profissionais ilegais, visando na prevenção de possíveis situações desagradáveis, de insegurança e constrangedoras.

CONCLUSÃO

O turismo está relacionado à felicidade humana. O ser humano independente do motivo da viagem sempre espera o melhor acontecer. Pode estar relacionado à experiência que vivenciará em uma viagem a lazer, a uma negociação que foi concretizada, a uma doença tratada ou até mesmo a uma alto-estima recuperada.

E tudo isso se inicia a partir do momento do desembarque no aeroporto, a porta de entrada para todas as experiências, sonhos e felicidade. A primeira pessoa com quem, agora, turista será com o receptivo turístico conhecido como guia de turismo. O guia de turismo o acompanhará desde o carro para o hotel ou durante a viagem. Este profissional encantará o turista com os seus conhecimentos sobre a região, o levará a conhecer o desconhecido sempre colocando em prática a hospitalidade para que o turista sintam-se acolhido, feliz e com vontade de querer saber mais e conhecer mais o destino.

O aeroporto de Guarulhos recebe muitos turistas que criam essas expectativas. Por ser um dos aeroportos com o maior número de desembarques e embarques do país, a atenção e foco deveriam estar voltados ao turista. Para atrair mais pessoas sedentas em conhecer o país e com vontade de contar aos seus amigos e familiares sobre a sua experiência no país conhecido como ter o povo muito hospitaleiro.

Portanto, para o aeroporto de Guarulhos poder receber os turistas da melhor forma segundo os conceitos e práticas da hospitalidade, o guia de turismo deve estar sempre presente no momento do desembarque, acompanhando o turista. Contribuindo para o desenvolvimento do turismo regional e nacional prestando um serviço de qualidade, surpreendendo o turista e o inspirando a retornar ao país.

Conclui-se também que a fiscalização dos profissionais ilegais ainda é escassa, podendo haver influência e investimento por parte dos órgãos relacionados ao turismo e aos próprios profissionais da área. Além da falta de conscientização das agências de receptivo, onde deveria seguir as diretrizes impostas pelas leis.

Sendo assim, para que os brasileiros ainda continuem sendo conhecidos como povo hospitaleiro, a nossa principal porta de entrada e o nosso principal representante desta hospitalidade devem receber mais atenção ao que diz respeito à capacitação e busca pela qualidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Petrocchi, Mario – **Agências de turismo: planejamento e gestão.** – São Paulo: Futura, 2013.

Brasil. **Decreto nº946/93, de 1º de Outubro de 2013** – Ministério do Turismo.

Brasil. **Lei nº8.623/93, de 28 de Janeiro de 1993** – Ministério do Turismo.

Camargo, Luiz Octávio de Lima. – **Hospitalidade** -. São Paulo: Aleph, 2004

Castelli, Geraldo – **Hospitalidade: a inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços.** – São Paulo: Saraiva, 2010

Cooper, Chris.; Fletcher, John.; Fyall, Alan.; Gilbert, David.; Wanhill, Stephen. **Turismo: Princípios e Práticas.** 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

Dantas, José Carlos de Souza – **Qualidade do atendimento nas agências de viagens: uma questão de gestão estratégica** – São Paulo: Roca, 2002.

Furtado, Silvana.; Sogayar, Roberta. **Hospitalidade – Um Relacionamento Global de Conhecimentos e Atitudes.** 1. Ed. São Paulo: LCTE, 2009.

Karassawa, Neuton S. **A Qualidade da Logística no Turismo: Um Estudo Introdutório.** São Paulo: Aleph, 2003. - (Série turismo).

Lohmann, Guilherme.; Netto, Alexandre Panosso. **Teoria do Turismo: Conceito, Modelos e Sistemas.** São Paulo: Aleph, 2008.

Spturis- São Paulo Turismo. **Agências de turismo receptivo de São Paulo** (cadastradas), 2007. Disponível em <<http://www.fflch.usp.br/dl/wocal6special/portugues/images/Mailing%20Receptivo%202007%20-%20Atualizado.pdf>> Acesso em 25, maio de 2012.