

Perceções da Motivação e da Satisfação para uma Melhor Qualidade no Trabalho - O caso do Hotel Convento do Espinheiro (Évora)

Rui Almeida Amaral
ruialmeidaamaral@hotmail.com
Universidade de Évora

Susana Alves Rocha
susanarocha2005@hotmail.com
Universidade de Évora

Margarida Saraiva
msaraiva@uevora.pt
Universidade de Évora e BRU-UNIDE/ISCTE-IUL

Resumo:

Diversos autores (Day e Peters, 1994; Evans e Lindsay, 2002) têm-se confrontado com o conceito de qualidade nos serviços, como um meio que tende a divulgar a eficácia e eficiência dos mesmos. A noção de qualidade denota, atualmente, uma estratégia de competitividade e um agente para o desenvolvimento sustentado, de modo a responder às expectativas dos consumidores. No setor turístico, esse desenvolvimento ambiciona-se que seja em harmonia com um turismo melhor e de mais qualidade (Cândido, 2005).

O objetivo do presente trabalho consiste em avaliar a qualidade de uma organização do setor turístico na região do Alentejo (Évora), do ponto de vista dos colaboradores internos e superiores hierárquicos, através da aplicação de um inquérito por questionário, com vista à obtenção de melhorias contínuas em todas as áreas organizacionais.

A importância que a satisfação e a motivação têm no ambiente de trabalho faz com que todas as práticas de gestão formem uma estrutura coerente, que é aperfeiçoada constantemente, e que sustenta o desempenho da estratégia pretendida para a organização.

Palavras-chave: Melhoria Contínua; Motivação; Qualidade; Satisfação.

Abstract:

Several authors (Day and Peters, 1994; Evans and Lindsay, 2002) have been faced with the concept of service quality, as a medium that tends to promote the efficiency and effectiveness. The concept of quality denotes today a competitiveness strategy and an agent for sustainable development, in order to meet the expectations of consumers. In the tourism sector, this development aspires that is in harmony with tourism better and more quality (Candid, 2005). The purpose of this report is to critically evaluate the quality of an organization of the tourism sector in the region of Alentejo (Évora), from the point of view of internal employees and supervisors, through the application of a questionnaire survey with a view to achieving continuous improvement in all organizational areas. The importance that the satisfaction and motivation have on the desktop, makes all management practices form a coherent structure which is constantly improved, and holding performance of intended strategy for the organization.

Keywords: Continuous improvement; Motivation; Quality; Satisfaction.

1. Introdução

O conceito de turismo promove múltiplas definições e abordagens, pois é uma área que se encontra em constante crescimento e é vista como uma modalidade de ocupação do lazer cada vez mais representativa dos modos de vida contemporâneos (Kandampully, 2000).

Em 1991, a Organização Mundial do Turismo (OMT), referiu que “o Turismo compreende as atividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros” (Cunha, 1997, p.9).

Reconhecido como um setor de atividade com crescente expressão e valor para as economias nacionais, regionais e locais, o turismo interage com os outros setores, tais como o político, social e ambiental. Essa interação vai ter efeitos propagadores a outras atividades económicas, visto que gera um ciclo de receitas e de despesas e contribui para o emprego, o aumento do rendimento e o desenvolvimento das regiões (Ridley, 1995).

O sector hoteleiro funciona como uma das atividades principais na indústria do turismo. Segundo Cooper *et al* (2001), o setor hoteleiro é o setor que garante o repouso necessário ao turista para que ele possa usufruir dos locais que visita. Atualmente, este setor tem vindo a inovar os seus serviços, de forma a proporcionar ao turista conforto aliado à qualidade, com vista à satisfação dos desejos e necessidades dos mesmos.

A noção de qualidade no setor hoteleiro confunde-se com serviços de luxo ou dispendiosos. Contudo, esta perspetiva não corresponde à realidade, pois um produto ou serviço para ter qualidade tem de estar adequado às especificações e tem de responder às expetativas dos