

# Formação Modular Recepcionista de Hotel

## 8. Comunicações



**Instituto do Emprego e Formação Profissional, IP**

Delegação Regional do Algarve

Centro de Emprego e Formação Profissional Faro



MINISTÉRIO DO TRABALHO,  
SOLIDARIEDADE E SEGURANÇA SOCIAL



UFCD 3427 - Receção hoteleira - atividades técnico / administrativas, segurança  
e serviço de noite

Formador: Dário Martins

## 8.1 Comunicações

### ► O serviço de comunicações:

A comunicação é fator primordial em qualquer atividade humana. Afinal, é o elo de ligação entre os seres humanos. Uma boa comunicação sempre foi a chave do sucesso de uma relação, seja ela profissional ou pessoal.

Diariamente, deparamo-nos com situações em que a comunicação pode resolver ou agravar problemas. Muitas vezes, uma compreensão imperfeita pode levar a situações desastrosas. Na hotelaria, lidamos com pessoas e culturas diferentes. É fundamental saber como agir. Uma comunicação eficiente transmite segurança e dá credibilidade ao produto ou serviço.

Boa comunicação também entre os funcionários dos vários setores é essencial para a qualidade dos serviços oferecidos e realizados. Conflitos originados de expressões mal compreendidas são comuns e podem ocorrer a todo instante.



## 8.1 Comunicações

### ➡ O esquema da comunicação:



## 8.1 Comunicações

Uma comunicação organizada deve apresentar determinadas características:

1. **Ser definida:** estar dependente de um plano geral e de objetivos específicos;
2. **Ser multidirecional:** estabelece-se de cima para baixo, de baixo para cima, transversalmente, interna e externamente;
3. **Ser instrumental:** é acompanhada de indicadores, dispositivos e instrumentos de comunicação, selecionados de acordo com os objetivos;
4. **Ser flexível:** para poder integrar a comunicação informal, criando estruturas que lhe sejam favoráveis;
5. **Ser adaptada e integrar sistemas de informação** que possam ser geridos e adaptados às necessidades específicas de cada área organizacional.





## 8.1 Dez mandamentos para bem comunicar...

### **1. Pare de falar:**

- Deixe o seu cliente falar.

### **2. Ponha o seu interlocutor à vontade:**

- Demonstre que está ali para servir o cliente.
- O seu cliente deve sentir que pode expressar os seus sentimentos/emoções e as suas opiniões.

### **3. Mostre que pretende escutá-lo:**

- Mostre ao seu cliente que é ele que lhe interessa no momento. Quer e deseja escutá-lo para o poder satisfazer.

### **4. Evite distrações:**

- Deve concentrar-se unicamente no cliente. Quando está com um cliente é fundamental observar as suas expressões e escutar o que ele tem para comunicar.

## 8.1 Dez mandamentos para bem comunicar...

### **5. Ponha-se no lugar do seu cliente:**

- O que gostaria que fizessem consigo se estivesse no lugar do seu cliente.

### **6. Seja paciente:**

- Os seus clientes não são todos iguais, têm diferentes características. Uns têm lugar na interpretação, outros na linguagem, outros no relacionamento; o atendedor tem de estar preparado e munido de paciência.

### **7. Repense o seu temperamento:**

- Mantenha a calma em todas as situações de atendimento para as poder solucionar.

### **8. Use com calma os argumentos e as críticas:**

- Deve pensar sempre no cliente e colocar-se na pele dele para saber se gostaria de ouvir os argumentos e as críticas e de que forma gostaria de os ouvir.

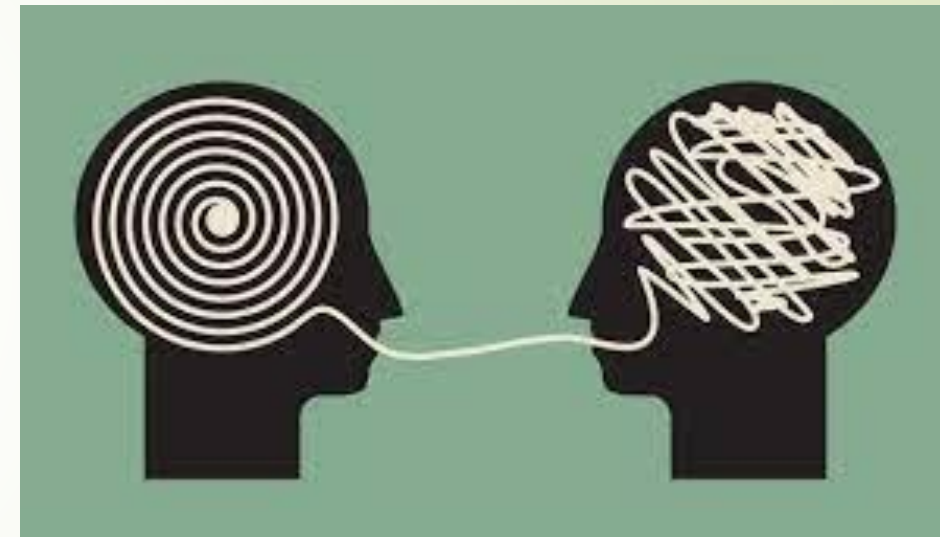
## 8.1 Dez mandamentos para bem comunicar...

### 9. Faça perguntas:

- Num processo de comunicação consegue-se conduzir um diálogo e conhecer o outro e as suas necessidades se lhe colocarmos questões.

### 10. Para de falar:

- Não se esqueça da necessidade de parar de falar para obter informações/respostas.



## 8.1.2 As comunicações

### Comunicação formal

A comunicação formal acompanha a hierarquia da instituição. Compreende toda a comunicação avalizada e reconhecida pela organização.

Os canais formais são os instrumentos oficiais, pelos quais passam tanto as informações descendentes como as ascendentes e que visam assegurar o funcionamento ordenado e eficiente da empresa.

Trata-se do discurso oficial, que divulga os planos e os procedimentos que deverão ser seguidos pelos colaboradores; anuncia e demonstra os valores e a cultura da empresa; apresenta os padrões e as sanções da instituição.



## 8.1.2 As comunicações

### Comunicação informal

A comunicação informal não é pensada pela empresa. Nos dias de hoje, adquiriu posição nas organizações devido ao motivo das redes formais não abrirem espaço para esses tipos de meios, e isso é uma maneira que o funcionário transmite a sua “satisfação”, a sua real opinião perante a empresa.

Quando a comunicação oficial não é transparente, clara e eficaz, dá margem ao surgimento e proliferação da rede informal de comunicação, que passa a constituir-se num contraponto ao sistema formal de comunicação.

Pode-se dizer, assim, que a comunicação informal é aquela não avaliada. Não se apresenta tão claramente como a comunicação formal, mas não se pode negar a sua existência e nem a sua importância.

## 8.1.2 As comunicações

### Comunicação verbal

A fala é a comunicação mais frequentemente observada quando as pessoas se encontram num determinado local, embora alguns sistemas de categorias codifiquem características estruturais da fala, como o tempo.

A comunicação verbal é um conjunto de códigos que utilizamos quando emitimos uma mensagem. Um deles é uma linguagem.

Quando a comunicação se faz por meio de palavras (escrita ou oralmente) estamos a utilizar a linguagem verbal.

## 8.1.2 As comunicações

### Comunicação não verbal

Na comunicação não-verbal recebemos e emitimos mensagens, frequentemente através de gestos, posturas, expressões faciais, silêncios, tom de voz, pronúncia, roupas e adornos, etc. Neste caso estamos a usar a linguagem não-verbal.

É através da comunicação não verbal que transmitimos muitas das nossas emoções e dos nossos sentimentos. Os elementos não verbais ajudam o sujeito a verificar e a certificar-se das intenções da pessoa que fala, reforçando a mensagem verbal. A comunicação não verbal informa-nos sobre o conteúdo da comunicação verbal, ajuda-nos a interpretar as mensagens verbais. Uma simples palavra como "sim" pode, consoante o modo como é pronunciada, exprimir frustração, cólera, desinteresse, resignação, etc. Podemos impedir a nossa comunicação verbal, mas não o podemos fazer o mesmo com a comunicação não verbal. Quando duas pessoas se encontram, mesmo que não falem, não podem deixar de comunicar porque todo o seu comportamento tem uma dimensão comunicativa.

## 8.2 As comunicações: interna e externa

- A **Comunicação Interna** engloba todas as práticas e processos comunicativos de uma determinada organização com o seu público interno (funcionários, colaboradores, acionistas). Sendo estabelecida de forma correta, além de resultados positivos nas áreas administrativa, mercadológica e económica, consegue tornar o ambiente de trabalho mais harmonioso e agradável para todos que constituem a empresa.
- A comunicação Interna tem uma importância crucial para o desenvolvimento de um quadro de referência comum a todos os trabalhadores, do que é a empresa e, consequentemente, na consolidação da entidade da organização.

COMUNICAÇÃO  
INTERNA





## 8.2.2 Comunicação interna: Meios

A definição dos meios depende da dimensão da empresa e do orçamento que foi disponibilizado para a execução do plano de comunicação. Podem ser utilizados:

- Meios orais;
- Meios escritos;
- Meios audiovisuais;
- Novas tecnologias.



## 8.2.2 Comunicação interna: Meios

### 1. Reunião:

- Vantagens: É um dos meios mais eficazes para comunicar de forma ativa nas PME. É imediato e transmite informação de referência.
- Desvantagens: Excesso de reuniões acaba por provocar desinteresse.

### 2. Placard :

- Vantagens: Simples, fácil gestão e adequado para todo tipo de mensagens. Indicado para informar aspetos legais e ações da empresa.
- Desvantagens: Custo variável (depende se utiliza designers ou *placards* luminosos por exemplo).



## 8.2.2 Comunicação interna: Meios

### 3. Folheto:

- Vantagens: Dá a conhecer as novidades da empresa e todas as ações. Chega a toda equipa.
- Desvantagens: Dispendioso.

### 4. Manual de acolhimento:

- Vantagens: Apresentação da empresa e dos seus procedimentos. Facilita a integração.
- Desvantagens: Leva tempo a sistematizar.



## 8.2.2 Comunicação interna: Meios

### 5. Intranet:

- Vantagens: Adapta-se facilmente a empresas de pequenas, médias e grandes dimensões. Permite a circulação rápida de informação e pode facilitar os processos burocráticos. Uma ferramenta do século XXI.
- Desvantagens: Variam consoante o grau de informatização da empresa.





## 8.2.3 As comunicações: interna e externa

- A **Comunicação Externa** é o Conjunto de informações que circulam entre a Empresa e o Meio Envolverte.
- É a troca de informações entre a empresa e outras empresas, entre a empresa e outros grupos, para facilitar o processo de colaboração com as outras partes interessadas e apresentar uma imagem favorável para o exterior.



## 8.2.3 Comunicação externa: Meios

- Publicidade;
- Relações Públicas;
- Marketing.

