

A ATIVIDADE DE HOTELARIA E SUAS ESSENCIALIDADES PARA A SATISFAÇÃO DO CLIENTE: UM ESTUDO DE CASO NO HOTEL PALACE DE CARANGOLA - MG

Camila Viana Dias¹; Ilza Chemp dos Santos²; Elisângela Freitas da Silva³
^{1,2,3} Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG Unidade Carangola
miladiasviana25@gmail.com; elis_freitass@hotmail.com

Resumo

As organizações hoteleiras convivem em um ambiente de alta competitividade e isso se deve a diversos fatores como globalização, as novas tecnologias e serviços que se ampliam a cada dia. Buscar a excelência através de recursos ou estratégia tornou-se fator chave, visto que é preciso encantar os clientes em suas mais diversas especificidades. A pesquisa teve por objetivo investigar e analisar o desenvolvimento da atividade hoteleira e a qualidade dos serviços prestados para satisfação do cliente do Hotel Palace, localizado na cidade de Carangola - MG. Buscou-se conhecer os tipos de público do hotel e suas reais necessidades; investigando as práticas adotadas para uma prestação de serviço de qualidade; e analisando suas funcionalidades. A metodologia foi definida, quanto aos fins, como descritiva e o método escolhido, quanto aos meios, foi a abordagem qualitativa, através de pesquisa bibliográfica que facilite a compreensão sobre o tema e a pesquisa de campo com um estudo de caso, onde 40 hóspedes que responderam durante o check-out entre o período de 10 a 20 de setembro de 2017, a um questionário com 16 perguntas sobre o grau de satisfação em relação aos serviços prestados pelo hotel. Os dados foram compilados e analisados, constatando que o Hotel Palace oferece uma boa infraestrutura para atender seus clientes, porém, se faz necessário realizar algumas modificações que atendam satisfatoriamente as expectativas, fazendo com que os mesmos retornem ao hotel e possam propagar um marketing positivo, sempre investindo nos fatores de fidelização para que aja captação de novos hóspedes.

Palavras-chave: Hotelaria. Prestação de serviços. Satisfação do cliente.

Abstract

The hotel organizations coexist in a highly competitive environment and this is due to several factors such as globalization, new technologies and services that are increasing every day. Seeking excellence through resources or strategy has become a key factor, since it is necessary to delight customers in their most diverse specificities. The research had the objective of investigating and analyzing the development of the hotel activity and the quality of services provided to Hotel Palace customer satisfaction, located in the city of Carangola - MG. It was tried to know the types of public of the hotel and its real necessities; investigating the practices adopted for the provision of quality service; and analyzing its features. The methodology was defined, as descriptive and method chosen, as to the means, was the qualitative approach, through a bibliographic research that facilitates the understanding on the subject and field research with a case study, where 40 guests who answered during the check-out between the period from September 10 to 20, 2017, to a questionnaire with 16 questions about the degree of satisfaction with the services provided by the hotel. The data were compiled and analyzed, noting that the Hotel Palace offers a good infrastructure to serve its customers, however, if it is necessary to make some modifications that meet the expectations satisfactorily, returning them to the hotel and can propagate a positive marketing, always

11º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 30 de novembro de 2017

investing in the loyalty factors so that it can attract new guests.

Key words: Hospitality. Provision of services. Customer satisfaction.

1 Introdução

O turismo é uma das atividades que mais cresce atualmente, sendo considerado um fenômeno complexo e que deve ser olhado de maneira interdisciplinar, afinal, a atividade turística é composta pelos mais diversos elementos, que são essenciais para o seu bom funcionamento e logo para um bom atendimento ao cliente.

Balanzá e Nadal (apud VIEIRA, 2011, p. 3) classificam a atividade turística como “conjunto dos fenômenos e das relações produzidas pelas viagens (deslocamentos) e pelas estadas (fora do local da residência) dos não residentes, desde que não estejam ligados a uma estadia permanente nem a uma atividade remunerada”.

O turismo pode ser conceituado como sendo uma necessidade de todos, que afetados pelo *stress* cotidiano, vê no turismo uma forma de descanso, lazer, de sair da rotina, e logo vivenciar um processo de revigoramento mental e físico.

A atividade turística deve ser vista como um setor de suma importância no desenvolvimento do lugar turístico, pois traz novos recursos, novos olhares, novos valores ao espaço. Porém, para que a atividade aconteça de maneira efetiva é preciso que a comunidade ou região, que recebe o turista, possa promover o desenvolvimento do espaço e oferecer recursos que atendam suas necessidades.

Quando se fala de hotelaria, é importante destacar que um dos aspectos essenciais para o bom funcionamento desses espaços, se refere a hospitalidade, pois os hóspedes ao procurarem um espaço para se alojar, necessariamente ele observará o tipo de acolhimento recebido, como os profissionais

da instituição o trataram e como se sentiu diante do tratamento.

Para Campos (2005, p.19), “a origem da palavra hospitalidade está no latim, em *hospitalis* Jupiter, o deus do viajante. A palavra incorporou-se ao vocabulário de alguns idiomas, indicando os serviços da área de hospedagem e alimentação”.

A rede de hotelaria é algo já existente desde os primórdios, sendo um espaço destinado a receber pessoas vindas de outras regiões, porém, com o decorrer dos anos foi ganhando um novo espaço e se tornando algo relevante, principalmente no que diz respeito à atividade turística. A ideia de hospitalidade, que existe desde as civilizações antigas, sendo o objetivo da hospitalidade que é servir e satisfazer os hóspedes, com a ascensão de muitos impérios e logo com a expansão das rotas comerciais, os estabelecimentos de hospedagem ganharam um novo olhar. Por volta do ano 3.000 a.C. a indústria da hospitalidade surge com o objetivo de atender às necessidades básicas dos comerciantes que necessitavam viajar a negócios. Nesse contexto, gregos e romanos viram a hospitalidade como um ato honroso (BRASIL, 2009).

Campos (2005) afirma que há vários registros na história sobre o termo hospitalidade, onde uma das publicações mais relevantes e conhecidas é a Bíblia Sagrada, que narra em diversos livros, passagens e situações ímpares. Por exemplo, a de Maria e José, que não achando estabelecimentos com vagas para passarem a noite em Belém, acabaram hospedados em uma estrebaria, onde nasceu Jesus. Podemos citar ainda as bodas de Caná da Galiléia, onde ocorreu à transformação da água em vinho, ou ainda a Última Ceia onde um discípulo ficou encarregado de encontrar um local apropriado e preparar a celebração.

Na Idade Moderna, houve intenso fortalecimento das viagens de turismo, e foi nessa época onde surgiram os albergues, que juntamente com as hospedarias e pousadas ofereciam alimentação para viajantes e

11º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 30 de novembro de 2017

hóspedes. Com a continuidade das viagens e necessidades de locomoção das pessoas, assim como a evolução e fama das hospedarias e pousadas, teve início à fase da construção dos hotéis de dois e três andares, que na época representavam os hotéis de grande porte. Segundo Cândido e Vieira (2003), foi na Europa que surgiu a chamada indústria hoteleira, com características e filosofia de empresa que exploram comercialmente a hospedagem dos viajantes

O setor da hotelaria é relevante quando pensamos nas necessidades básicas como descanso, alimentação, e estadia para os usuários que estão fora de seus domicílios.

Com isso, a pesquisa justifica-se pela necessidade em conhecer um pouco mais sobre o setor hoteleiro no município de Carangola – MG, visando contribuir para a produção acadêmica sobre o tema, assim como colaborar com a melhoria dos serviços prestados pelo hotel, objeto de estudo desta pesquisa.

O estudo tem por objetivo investigar e analisar o desenvolvimento da atividade hoteleira e a qualidade dos serviços prestados para satisfação do cliente, tendo como foco o Hotel Palace Carangola. Busca-se ainda conhecer os tipos de público do hotel e suas reais necessidades; investigando as práticas adotadas pelo hotel para uma prestação de serviço de qualidade ao hóspede, analisando essas práticas e suas funcionalidades.

2 Materiais e Métodos

A metodologia para a pesquisa foi definida, quanto aos fins, como descritiva e o método escolhido, quanto aos meios, foi à abordagem qualitativa, através de pesquisa bibliográfica e a utilização de um estudo de caso único, a partir da coleta de dados com questionários individuais com roteiro semiestruturado. O propósito é investigar e analisar o desenvolvimento da atividade hoteleira e a qualidade dos serviços prestados para satisfação do cliente praticados no Hotel Palace no município de Carangola-MG.

O Hotel Palace foi inaugurado no dia 20 de julho de 2013, atualmente disponibiliza 62 acomodações desde quartos simples a suítes com sauna e hidromassagem para atender todos os perfis de hóspedes, oferecendo diariamente um café da manhã com uma grande variedade, além de seu quadro de funcionários com suas funções diferenciadas desde recepção, arrumação, lavanderia até a cozinha. Conta ainda com um estacionamento para proteção dos veículos dos seus hóspedes, além de câmeras de vigilância para garantir segurança e elevador para melhor atender.

Os sujeitos da pesquisa são as pessoas hospedadas no Hotel Palace, no período de 10 a 20 de setembro de 2017, com a finalidade de conhecer os tipos de público do hotel e suas reais necessidades, investigando as práticas adotadas pelo hotel para uma prestação de serviço de qualidade ao hóspede, analisando essas práticas e suas funcionalidades.

A pesquisa foi aplicada a 40 hóspedes durante o check-out, onde esses responderam a um questionário com 16 perguntas referentes à avaliação dos serviços prestados pelo hotel, a personalização no atendimento, aos motivos que levaram a se hospedar na cidade, a satisfação em relação ao atendimento e a segurança oferecida pelo hotel.

Após a aplicação do questionário, os dados coletados foram compilados e apresentados para melhor compreensão do levantamento da pesquisa realizada.

3 Resultados

Ao serem questionados sobre os motivos que levaram a sua hospedagem na cidade, 37 (trinta e sete) entrevistados afirmaram ser por motivo de negócios, e 3 (três) por conta de eventos na região.

Quando inqueridos sobre a frequência com que se hospedam no Hotel Palace Carangola, 14 (quatorze) entrevistados responderam entre três ou mais vezes por mês, 13 (treze) pessoas de uma a duas vezes por mês, e 13 (treze) entrevistados

11º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 30 de novembro de 2017

estavam se hospedando pela primeira vez no hotel.

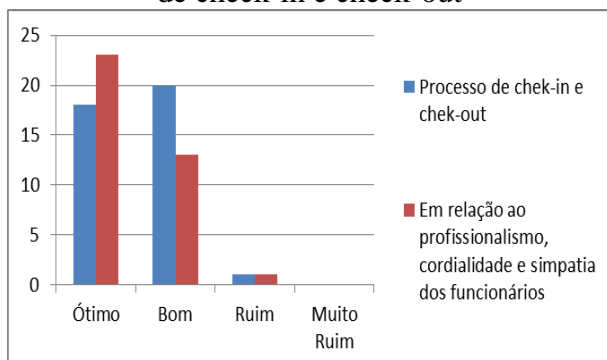
Em relação à localização e estrutura do hotel, 65% dos entrevistados consideraram a localização ótima, enquanto 32,5% boa e 2,5% dos entrevistados consideraram ruim.

Os entrevistados ao responderem à pergunta sobre a satisfação em relação à iluminação e o controle de ruídos, 18 (dezoito) pessoas disseram estar satisfeitos, enquanto 17 (dezesete) pessoas afirmaram ser bom, 4 (quatro) dos entrevistados afirmaram ter muito barulho, principalmente causado pelos funcionários. Uma minoria reclamou que em determinado momento presenciou alguns contratemplos entre os funcionários e um dos hóspedes alegou ser empresário e opinou que ao se tratar de um serviço de qualidade é importante os funcionários não faltarem com profissionalismo.

Em relação à segurança oferecida durante a hospedagem e sobre ao atendimento das expectativas dos hóspedes, foi constatado que 57,5% dos hóspedes manifestaram que as expectativas em relação ao hotel foram supridas, e 60% dos entrevistados afirmaram considerar o hotel ótimo em relação à segurança.

A impressão dos hóspedes sobre a agilidade, qualidade e organização durante o processo de check-in e check-out e como os hóspedes avaliam a cordialidade, simpatia e profissionalismo dos funcionários do hotel, é mostrado no gráfico 1:

Gráfico 1: Satisfação em relação ao processo de check-in e check-out



A partir do gráfico apresentado, pode-se perceber que os serviços de check-in e check-out foram considerados por 50% dos hóspedes bom, e 45% dos hóspedes definiram o serviço como ótimo e 5% consideraram ruim. Em relação a cordialidade e profissionalismo dos funcionários, 57,5% dos funcionários avaliaram como ótimo, e 32,5% bom.

4 Discussão

A partir das análises é possível inferir que a maioria dos clientes avaliaram os serviços prestados pelo hotel como bons ou excelentes, oferecendo uma boa infraestrutura, além de um serviço de qualidade. Contudo, é de extrema e justificada importância que ainda sejam feitas melhorias com relação a algumas características do empreendimento, havendo a necessidade de um atendimento com mais qualidade, por cada vez mais as pessoas estarem se tornando mais exigentes, rigorosas e criteriosas. Portanto, investimento é fundamental para que possa garantir uma boa estadia, fidelização e captação dos hóspedes.

Manter a constante interação com os clientes, processos ágeis e flexíveis, bem como qualidade nos serviços, possibilitam ao hotel agir com maior produtividade para alcance da vantagem competitiva.

Para os hóspedes, o hotel deve continuar oferecendo maior agilidade no serviço de recepção, melhorias no serviço de internet e TV a cabo, checar com frequência equipamentos; manter a segurança nos quartos e todas as instalações; e, providenciar cursos de capacitação para os funcionários. Além disso, é importante que o hotel verifique através de pesquisas, a avaliação dos hóspedes sobre os serviços prestados.

Apesar de grande parte dos hóspedes considerar satisfatórios a iluminação e controle de ruídos, se faz necessário, avaliar as reclamações de alguns hóspedes em relação aos funcionários, afinal, ao se tratar de um serviço de qualidade é importante que os mesmos trabalhem com profissionalismo, não

11º ENTEC – Encontro de Tecnologia: 16 de outubro a 30 de novembro de 2017

devendo haver contratemplos, e tampouco na presença dos hóspedes.

5 Conclusão

A qualidade do serviço prestado é um fator que existe e gera discussões desde o surgimento da hotelaria. Todavia, com o passar dos anos e mais precisamente com a globalização toda essa disputa acirrada tornou-se ainda mais significativa.

O grande diferencial na qualidade frente ao atual contexto econômico e sociocultural do país está baseado nas relações com o cliente e isso inclui o atendimento as características que lhe são peculiares. Já a satisfação dos hóspedes está pautada nos serviços que lhes são oferecidos, sendo estes intangíveis, inseparáveis, variáveis e perecíveis.

Para desenvolver uma imagem diferenciada, com ofertas atrativas e com lucratividade, a participação ativa dos hóspedes bem como suas sugestões é imprescindível.

É importante salientar que agradar ao cliente não é impossível, é necessário apenas usar a criatividade e inovação. São requisitos simples que encantam o cliente e o faz sentir satisfeito.

Para melhoria do atendimento de seus clientes, é importante que o hotel ofereça um diferencial e para isso deve utilizar de estratégias de marketing, além do mais, deve se preocupar em realizar constantes treinamentos, capacitando os funcionários, para que estes possam atender com qualidade seus clientes.

A implementação destas melhorias na personalização dos serviços elevará o índice de superação de expectativas de clientes, agregando valores positivos ao Hotel Palace.

Diante do resultado da pesquisa, ainda, foi possível perceber que o hotel dificilmente recebe turistas. Nesse sentido, é relevante pensar em políticas de turismo voltadas para a

cidade e para os pontos turísticos existentes no município e região.

Portanto, para gerar um grau de satisfação do cliente, é necessário que o empreendimento tenha em mente a oferta de um serviço que se adeque às necessidades dos clientes, a fim de atender suas expectativas em relação à qualidade dos serviços oferecidos.

Pode-se concluir que a grande maioria dos hóspedes do Hotel Palace Carangola está satisfeito com os serviços oferecidos e com o atendimento recebido por parte dos funcionários. Entretanto, existe uma pequena parcela dos hóspedes que está parcialmente insatisfeita, um índice que pode e deve ser analisado para detectar onde existem falhas.

Como sugestão, a realização de futuras pesquisas acadêmicas quanto ao segmento de hotelaria, e até possível reaplicação de um questionário aos hóspedes do Hotel Palace Carangola em períodos diferentes, para um aprofundamento da pesquisa quanto aos serviços oferecidos, com finalidade de melhorias e aperfeiçoamento das atividades para a satisfação dos clientes.

Referências

BRASIL. **Noções Básicas do Turismo**. Prefeitura de Florianópolis. 2009. Disponível em: <<http://portal.pmf.sc.gov.br>> Acesso em 17 set 2017.

CAMPOS, José Ruy Veloso. **Introdução ao Universo da Hospitalidade**. Campinas: Papirus, 2005.

CÂNDIDO, Índio, VIEIRA, Elenara Vieira de. **Gestão de Hotéis: técnicas, operações e serviços**. Caxias do Sul: Educs, 2003.

VIEIRA, F. A. **Turismo e o seu significado local: em foco a cidade de Itaçu – Bahia**. Disponível em: <<http://www.obsturpr.ufpr.br>> Acesso em 16 set 2017.