

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO
Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas
Bacharelado em Turismo

**POUSADA DA ILHA : Um estudo de caso na prestação de serviços
para o turismo de lazer**

KARLA CREPALDI

Orientador: Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico

BAURU - 2007

CREPALDI, K. Pousada da Ilha – um estudo de caso na prestação de serviços para o turismo de lazer. Universidade do Sagrado Coração – Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas – Bacharelado de Turismo. Bauru SP, 2007. 42 p.

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

1. Introdução 2. Fundamentação Teórica. 3. Objetivos.
4. Metodologia 5. Resultados e Discussões. 6. Conclusão.

USC 2007

KARLA CREPALDI

**POUSADA DA ILHA :Um estudo de caso na prestação de serviços para o
turismo de lazer**

Orientador: Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico

Monografia apresentada
para obtenção do Grau de
Bacharel em Turismo.

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO
Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas
Bacharelado em Turismo

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico
Orientador

Prof. Ms.
Examinador

Prof^a. Dr^a.
Examinadora

AGRADECIMENTO

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus por me ter dado saúde e forças para realizar mais este trabalho, e se fazer presente em minha vida.

A toda minha família e, principalmente, aos meus pais, Ademir Crepaldi e Maria Ap. de Oliveira, por me proporcionar uma educação ímpar e uma formação acadêmica a qual me orgulho muito.

Ao meu professor Paulo Renato de Paula Frederico que, com muita paciência, compreensão e dedicação, me ajudou a finalizar com sucesso este trabalho.

Gostaria também de agradecer a todos os meus passageiros que contribuíram para aplicação dos formulários.

Ao meu professor Helerson de Almeida Balderramas, pelos ensinamentos, amizades e atenção dispensada em todos os momentos.

À coordenadora do curso de turismo, professora Valéria de Oliveira e a todo corpo docente pelos conhecimentos que me foram transmitidos – e adquiridos – ao longo da minha vida acadêmica.

Ao proprietário da Pousada da Ilha, Mário Umberto Degani e sua secretária Amanda Luisa Leatti, que forneceram todas informações que me foram necessárias e me acolheram com muita simpatia na Pousada.

E, finalmente, a todos aqueles que direta e indiretamente estiveram presentes durante a elaboração deste trabalho.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS

LISTA DE TABELAS

RESUMO

1 INTRODUÇÃO.....	08
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
2.1 Turismo no contexto hoteleiro.....	10
2.2 O desenvolvimento da hotelaria no Mundo e no Brasil.....	12
2.3 Qualidade na prestação dos serviços hoteleiros para o lazer.....	16
3 OBJETIVOS.....	22
3.1 Geral.....	22
3.2 Específicos.....	22
4 METODOLOGIA.....	23
4.1 Objeto de estudo.....	24
4.1.1 Caracterização Geral do Município.....	24
4.1.2 Pousada da Ilha: Infra-estrutura e serviços oferecidos.....	29
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	33
5.1 Perfil dos entrevistados.....	33
5.2 Informações específicas.....	34
6 CONCLUSÃO.....	37
REFERÊNCIA	38
ANEXOS	39

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa do Estado do Paraná.....	25
Figura 2 – Mapa do Município de Ribeirão Claro.....	25
Figura 3 – Mapa da localização do município de Ribeirão Claro.....	26
Figura 4 – Distâncias das principais cidades da região de Ribeirão Claro.....	26
Figura 5 – Brasão do Município de Ribeirão Claro.....	27
Figura 6 – Informações complementares sobre a cidade.....	28
Figura 7 – Distribuição das atividades econômicas do município de Ribeirão Claro	29
Figura 8 – Vista Panorâmica da Pousada da Ilha.....	29
Figura 9 – Foto do apartamento da Pousada da Ilha.....	30
Figura 10 – Vista da piscina da Pousada da Ilha.....	30
Figura 11 – Foto parcial da cozinha onde são feitas as refeições.....	31

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Gênero dos participantes da pesquisa.....	33
Tabela 2 – Local de origem dos participantes da pesquisa.....	33
Tabela 3 – Idade dos participantes da pesquisa.....	33
Tabela 4 – Escolaridade dos participantes da pesquisa.....	34
Tabela 5 – Frequência de uso de hotéis.....	34
Tabela 6 – Nível de satisfação em relação à estrutura do hotel.....	35
Tabela 7 – Se indicaria a Pousada.....	35
Tabela 8 – Nível de satisfação em relação à estadia.....	36

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Distâncias das principais cidades da região de Ribeirão Claro.....	26
Quadro 2 - Informações complementares sobre a cidade Quadro.....	28
Quadro 3: Distribuição das atividades econômicas do município de Ribeirão Claro	29

RESUMO

O turismo, cada vez mais importante sob o ponto de vista do desenvolvimento sócio-econômico, vem crescendo significativamente nos últimos anos. Na medida em que a renda nos países desenvolvidos aumenta, os gastos com lazer e viagens no exterior também crescem rapidamente. Uma das justificativas da existência de uma empresa ou atividade profissional em nossa economia é a sua capacidade de criar, vender e oferecer sistemas de gestão de qualidade eficazes e abrangentes é o ponto de partida para qualquer empreendimento manter-se vigorosamente no setor. Assegurar a qualidade de todos os serviços oferecidos, e mais, adequá-los à expectativa de seus clientes, torna o estabelecimento um marco, um referencial para seus clientes. Dentre os diversos tipos e categorias de meios de hospedagens existentes, será focado nessa pesquisa – única e exclusivamente – o alojamento do tipo hoteleiro. Para tanto, apresenta-se como objeto de estudo a Pousada da Ilha, localizada no município de Ribeirão Claro (PR). Tem-se como objetivo principal, nesta pesquisa, identificar o grau de satisfação dos hóspedes no que se refere ao atendimento e aos serviços prestados pelo estabelecimento e, assim, avaliar o nível de qualidade deste. A metodologia utilizada no trabalho se deu basicamente através de um levantamento bibliográfico (parte teórica) e da pesquisa de campo (parte prática), na qual foi utilizada a técnica de formulários aplicados para 15 (quinze) hóspedes do hotel em estudo. Ao final, foi possível concluir que os hóspedes estão bastante satisfeitos com o atendimento e os serviços prestados no estabelecimento, o que confirma a existência de qualidade na Pousada da Ilha.

Palavras-chaves: turismo, hotelaria, qualidade e lazer.

1 INTRODUÇÃO

Todas as áreas do turismo se tornam cada vez mais relevantes no cenário econômico, movimentando milhões de pessoas a cada ano. O setor de turismo é composto por meios de hospedagem, serviços de alimentação, serviços de transporte, organizações para o lazer e uma gama de outros serviços correlatos.

Na medida em que a renda das pessoas aumenta, os gastos com lazer e viagens também cresce rapidamente. Este fato somado às facilidades que o setor do turismo ofereceu, possibilitou à grande parte da população participar desse fenômeno de massa.

Hoje, de fato não existe desenvolvimento turístico, sem uma hotelaria “forte”, tanto no aspecto de conforto como no aspecto ligado à qualidade dos serviços. Sobretudo no contexto atual, onde a concorrência está cada vez mais acirrada e os clientes mais conhecedores de seus direitos e, portanto, mais exigentes, a qualidade torna-se um fator determinante para o sucesso empresarial. Assim sendo, mantê-la e melhorá-la de modo contínuo, passa a ser um desafio permanente para as empresas no fornecimento de bens e serviços, principalmente para as empresas hoteleiras. A partir daí, na hotelaria, de um modo geral, não há alternativa senão buscar a qualidade em tudo e por meio de todas as pessoas que integram a empresa.

No Brasil cerca de 70% dos meios de hospedagem são hotéis de pequeno porte, geralmente gerenciadas por famílias, com um número de funcionários reduzido, onde os serviços são mais pessoais, com poucas unidades habitacionais. Como é o caso da Pousada da Ilha, situada em Ribeirão Claro – PR, em uma ilha banhada pela Represa de Chavantes. Um hotel de pequeno porte, padrão pousada, a qual a presente pesquisa vem mostrar num primeiro momento como é a viabilização de um hotel, com base nos dados fornecidos pelo empreendimento. Num segundo momento, o trabalho pretende avaliar como é a qualidade de um hotel de pequeno porte, como a Pousada da Ilha, hotel este que possui um setor de relacionamento com o cliente que se configura como setor especializado no atendimento aos hóspedes.

A qualidade nos serviços merece importância em um hotel que deve contar com parceiros na implementação do funcionamento do empreendimento, de forma a proporcionar a inovação nos negócios por meio da combinação de esforços e aprimoramentos contínuos para assegurar a fidelidade dos hóspedes. A vantagem competitiva sobre os concorrentes

somente será alcançada quando todas as oportunidades possíveis de aperfeiçoamento forem concebidas.

Esta pesquisa visa avaliar a qualidade dos equipamentos e serviços da hotelaria, oferecidos pela Pousada da Ilha, localizada no município de Ribeirão Claro (PR). Durante o decorrer do trabalho será analisado e proposto melhorias na estrutura física e na prestação de serviços.

Para tanto, partindo dos objetivos propostos nessa pesquisa, julgou-se oportuno estruturar seu desenvolvimento em seis tópicos. No primeiro tópico (Introdução/fundamentação teórica), são abordados diversos aspectos relacionados ao turismo, hotelaria, qualidade e lazer. No segundo tópico, estão os objetivos (geral e específico) que nortearam os passos desta pesquisa, enquanto que, no terceiro tópico encontra-se a metodologia utilizada para a realização da mesma. O quarto tópico, por sua vez, caracteriza o município de Ribeirão Claro e apresenta a Pousada da Ilha. Já no quinto tópico, são demonstrados os resultados e discussões originadas a partir da aplicação de um questionário aos hóspedes (pesquisa prática realizada em campo). Por último, e sexto tópico, seguem as considerações finais do trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Turismo no contexto hoteleiro

O turismo pode ser considerado como um sistema de serviços cuja finalidade vem a ser o planejamento, a promoção e a execução de viagens, além de oferecer infra-estrutura adequada para recepcionar os turistas.

O fato de o turismo gerar – tão rapidamente – grandes expectativas de crescimento e desenvolvimento representa, ao mesmo tempo, enormes oportunidades e desafios, segundo Walker (2002).

A aceleração e o crescimento verificado nos movimentos turísticos em todo o planeta – cuja tendência é continuar a um ritmo cada vez mais acentuado – obriga todos os envolvidos direta ou indiretamente com a atividade, a estudar mais profundamente não somente a natureza deste fenômeno, mas também as leis que determinam sua evolução, visando obter, dessa forma, um maior aproveitamento dos benefícios que, indubitavelmente, a atividade turística traz e cada dia se torna mais pacientes de acordo com Acerenza (2002, p. 25).

Nesse sentido, os esforços devem começar – necessariamente – a partir da sua definição, já que o turismo, como fenômeno social complexo pode ter significados diferentes que variam conforme o papel assumido pelas pessoas que nele trabalham ou de acordo com os questionamentos levantados por suas várias disciplinas e por suas diferentes concorrentes de pensamentos.

O movimento turístico é o maior dos fluxos migratórios da história da humanidade e se caracteriza por uma taxa constante de crescimento. Por meio dele, o homem satisfaz necessidades e desejos como os de movimentação, sede de cultura, status, lazer, curiosidade e bem-estar, entre outros, diferentemente das necessidades impostas pelo cotidiano do trabalho (RUSCHMANN, 1997 apud SERSON, 1996, p. 34).

O turismo organizado de nossos dias permite aos viajantes e aos atravessadores, por um lado uma grande segurança e facilidade na compra e na venda dos produtos turísticos, por outro lado uma grande preocupação, pois, todo serviço que envolve a atividade turística está ligado à prestação de serviço, gerando muitas vezes uma insatisfação aos viajantes, isso porque fatores disciplinares de indivíduos envolvidos na prestação dos serviços podem prejudicar todo o empenho inicial de um atravessador.

Por outro lado os benefícios sociais do turismo tais como a qualidade de vida das pessoas cresce a cada dia, concomitantemente o setor de serviços deve seguir esse crescimento e investir cada vez mais na qualificação de profissionais da área.

Segundo Margarida Barreto (1997, p. 97), o turismo de boa qualidade crescerá na medida em que tiver bons recursos humanos, e isso só será possível quando todos os cidadãos tiverem educação e saúde garantidas.

A explosão da atividade turística incentivou o crescimento e o desenvolvimento de equipamentos de lazer das mais diversas maneiras e classes, aumentando o desejo e a necessidade de realizar turismo.

Os atrativos turísticos oferecidos atualmente mostram uma evolução muito grande, isso se reflete na grande procura por viagens e nos investimentos que o ramo tem recebido.

Para o homem comum, o turismo é uma das atividades que se lhe oferecem dentro de uma infinita gama de possibilidades de entretenimento. Para uma estreita faixa de intelectuais, é uma dentre várias formas de adquirir conhecimentos, ou seja, uma forma de educação alternativa. Para a grande massa trabalhadora, pode significar a oportunidade de emprego ou subemprego, e para grandes empresários será uma fonte de enormes lucros. (BARRETO 1997, p.96).

A área de hotelaria é de fundamental importância para o desenvolvimento e crescimento do turismo, pois desde os tempos mais remotos, as pessoas quando em viagem, necessitavam de um local que lhes oferecessem alimentação e abrigo seguro.

Enquanto na indústria pode-se planejar o número certo de equipamentos, instalações e pessoal para determinado tipo de produção, o mesmo não acontece com a hotelaria, que fica no aguardo dos clientes para por em funcionamento o esquema operacional “o produto hoteleiro é estático”, os consumidores devem ir até ele.

Segundo a EMBRATUR (2002) um meio de hospedagem é o estabelecimento comercial que oferece como produto principal unidades habitacionais, ou seja, aposentos mobiliados com banheiros privativos, que se destinam à ocupação temporária de turistas, e oferece uma série de serviços. É importante salientar que para EMBRATUR, meios de hospedagens devem oferecer atividades inerentes à operação hoteleira e satisfazer, cumulativamente, as seguintes condições:

É licenciado pelas autoridades competentes para prestar serviços de hospedagem [...]
É administrado ou explorado comercialmente por empresa hoteleira que adota, no relacionamento com hóspedes, contrato de hospedagem, com as características definidas pelo regulamento mencionado e pelas demais legislações aplicáveis [...]
Atende aos padrões classificatórios previstos pela legislação e vigor [...]
Mantém permanentes os padrões de classificação, os meios de hospedagem e de turismo, ainda segundo o Instituto Brasileiro de Turismo, deverão oferecer aos hóspedes no

mínimo [...] Alojamento, para uso temporário do hóspede, em unidades habitacionais (UH); específicas a essa finalidade; - Serviços mínimos necessários ao hóspede em: - Recepção / Portaria para atendimento e controle permanente de entrada e saída; - Guarda bagagem e objetos de uso pessoal dos hóspedes, em local apropriado.

No atual mercado competitivo, é muito importante para as empresas avaliarem o nível de satisfação de seus clientes quanto aos serviços prestados, o grau de importância em novos serviços que poderão ser implantados e sua fidelidade em relação ao hotel, visando estabelecer um plano de ações que resultaria na melhoria de alguns pontos de implantação de novos serviços.

Para continuar no mercado competitivo é preciso criar novos produtos, investir em novas tecnologias e oferecer opções e estar à frente dos concorrentes e acima de tudo oferecer serviços de qualidade.

2.2 O desenvolvimento da hotelaria no Mundo e no Brasil

O comércio é responsável histórico pelas formas mais antigas de oferta hoteleira. As rotas comerciais da antiguidade, na Ásia, na Europa e na África, geraram núcleos urbanos e centros de hospedagem para o atendimento aos viajantes. Na Idade Média, a hospedagem era feita em mosteiros e abadias. Nessa época, atender os viajantes era uma obrigação moral e espiritual.

Mais tarde, com o advento das monarquias nacionais, a hospedagem era exercida pelo próprio Estado, nos palácios da nobreza ou nas instalações militares e administrativas. Os viajantes que não contavam com o beneplácito do Estado eram atendidos, precariamente, em albergues e estalagens. Posteriormente, com a Revolução Industrial e a expansão do capitalismo, a hospedagem passou a ser tratada como uma atividade estritamente econômica a ser explorada comercialmente. Os hotéis com *staff* padronizado, formado por gerentes e recepcionistas, aparecem somente no início do século XIX.

O turismo passa por uma transformação radical a partir da Segunda Guerra Mundial, com a expansão acelerada da economia mundial, a melhoria da renda de amplas faixas da população (basicamente nos países mais desenvolvidos da Europa central, nos EUA e no Canadá) e a ampliação e melhoria dos sistemas de transporte e comunicação, principalmente com a entrada em cena dos aviões a jato para passageiros, de grande capacidade e longo alcance. (ANDRADE, 2002 p. 18).

Desta forma o turismo passa a ser uma atividade econômica significativa, principalmente para os países desenvolvidos, nos quais havia crescimento e ampliação da renda da população, o que gerava mais disponibilidades de tempo e recursos para o lazer. O

processo de desenvolvimento e de globalização da economia mundial, além de gerar um progressivo fluxo de viagens regionais e internacionais, ampliou de forma acelerada o setor de lazer e turismo, que passou a ser, efetivamente, o grande promotor de redes hoteleiras. A sociedade do consumo de massa ampliou-se para o setor de lazer e turismo.

Segundo Andrade (2002, p. 19) a história do mundo possui marcos que delimitam mudanças importantes no processo de evolução do setor, como estâncias hidrominerais instaladas pelos romanos na Bretanha (Inglaterra), na Helvécia (Suíça) e no Oriente Médio. Abadias e mosteiros que acolhiam hóspedes, acomodações junto aos postos de articulação dos correios, abrigos para cruzadas e peregrinos. Surgimento de hotéis na Inglaterra, na Europa e nos EUA, no final do século XVIII, estimulados pela Revolução Industrial. E a entrada dos *Boeing 747*, em 1969/1970, com grandes capacidades de passageiros, impulsionando ainda mais os fluxos turísticos.

No Brasil a história da hotelaria ocorreu de forma um pouco diferente, segundo Pires:

As grandes transformações ocorridas no século XIX atingiram também o ato de viajar, que se modificou substancialmente após a revolução dos transportes e com o surgimento de muitas novidades ligadas à prestação de serviços concernentes às viagens. Essas mudanças, que coincidem temporariamente com as resultantes da vinda da Corte e da Abertura dos Portos, atingiram o Brasil de forma significativa, em virtude das novas condições que então se delinearão. (PIRES, 2001, p. 211).

A chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro e a conseqüente abertura dos portos trouxeram um grande fluxo de estrangeiros, que aqui vieram exercer funções diplomáticas, científicas e comerciais. Com isso, houve aumento de demanda por alojamentos, e nos anos seguintes os proprietários da maioria das casas de pensão, hospedarias e tavernas passaram a utilizar a denominação de hotel, com a intenção de elevar o conceito de casa, independente da quantidade dos quartos e do padrão dos serviços oferecidos.

Ficou o Brasil, nessa época, mais exposto à curiosidade mundial, porém a idéia de um reino exótico, no espírito estrangeiro. A monarquia da América, que ainda se utilizava da mão-de-obra escrava, repleta de florestas e animais selvagens, contribuíram os viajantes do século passado para reforçar, nos seus países de origem, a noção corrente de um Brasil bizarro que, em grande parte, perdura até hoje.

Ainda de acordo com Nelson Pires:

O aparecimento de hotéis é um fenômeno que se prende diretamente à urbanização e ao aumento da classe média. Só em certo sentido, os fazendeiros de café utilizaram esse novo serviço. Hospedar-se em um hotel durante décadas, foi uma atitude de forasteiros destituídos de grande importância. A utilização de todos os serviços oferecidos pelos hotéis de categoria se deu com a classe média que, crescendo,

ganhou importância econômica em ocupações antes escassas ou mesmo inexistentes. (NELSON PIRES, 2001, p. 213).

A riqueza proporcionada pelo café, as características da elite produtora do Oeste paulista e, principalmente, seus descendentes, que passaram a adotar padrões mais atualizados dentro dos modelos do capitalismo moderno, diversificando os empreendimentos produtivos, mais os benefícios dos novos tempos, provocaram um público emissivo de brasileiros à Europa, sem precedentes até então na história do Brasil.

Mais do que qualquer outra, essa elite assimilou as novidades internacionais, dentre as quais incluiu o hábito de viajar. Com isso, tornou-se divulgadora de modismos, e, ao mesmo tempo, passou a ser imitada internamente. Pelo seu comportamento, contribuiu para a “europeização” dos costumes, mormente na capital paulista, principal beneficiária dos tempos de riqueza.

No período colonial os viajantes ficavam hospedados nas casas-grandes dos engenhos e fazendas, nos casarões das cidades, nos conventos e nos ranchos nas beiras das estradas. Este fato, além de ter contribuído para o desenvolvimento hoteleiro no país, proporcionou também a formação de novas cidades surgidas da aglomeração de ranchos que se expandiam com rapidez. Enquanto isso, os viajantes considerados ilustres eram hospedados nas igrejas e nos mosteiros. Aliás, do século XIII, no Mosteiro de São Bento, Rio de Janeiro, foi construída uma área destinada especialmente a hospedar viajantes de prestígio (PIRES, 2001, p. 214).

Aos ranchos e pousadas foram se unindo outras atividades comerciais e prestação de serviços que deram origem a povoados e conseqüentemente, a cidades.

No século XVIII, as cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo surgem como marcos iniciais da hotelaria no Brasil nesse período. E a partir daí, começam a surgir no Rio de Janeiro estalagens, ou casa de pasto, inicialmente ofereciam refeições a preço fixo, mas passam a oferecer quartos para dormir. (ANDRADE, 2001, p. 20).

Diante dessa situação, empreendedores de outras regiões notaram que o setor de hotéis era um bom empreendimento para capitalização, e então começaram a surgir novos meios de hospedagem por todo o Brasil, em especial nas grandes capitais, áreas paisagísticas e em estâncias minerais. Dessa forma, descobriu-se o potencial turístico e hoteleiro do país, sendo este hoje uma das atividades econômicas mais significativas e em expansão no Brasil.

O crescimento do turismo desde a vinda da família portuguesa gerou uma grande abertura para que estrangeiros de outras procedências viessem ao nosso país, devido a isso, ocorreu o aumento da procura por alojamentos. Os viajantes nacionais e estrangeiros estão

cada vez mais acostumados com a qualidade dos serviços ofertados, portanto as empresas hoteleiras devem modernizar seus produtos para sobreviver no mercado atual.

O problema da escassez de hotéis no Rio de Janeiro levou o governo a criar um Decreto que isentava, por sete anos, de todos os emolumentos e impostos municipais, a partir daí passaram a ser implantados grandes hotéis nas capitais, nas estâncias minerais e nas áreas de apelo paisagístico, cuja ocupação era promovida pelos cassinos que funcionavam junto aos hotéis.

Conforme relata Nelson, em 1996 foi criada a Embratur e, junto com ela, o Fungetur (Fundo Geral do Turismo), que atua através de incentivos fiscais na implantação de hotéis promovendo uma nova fase na hotelaria brasileira, principalmente no segmento de hotéis de luxo, os chamados cinco estrelas.

As perspectivas de crescimento da indústria hoteleira no Brasil são promissoras em função da relativa estabilização da economia do país e do aumento acentuado das viagens turísticas nos dois últimos anos, principalmente ao exterior, o que significa que a estabilização da moeda e dos preços conduziu à incorporação do item ao orçamento familiar, pelo menos entre a classe média. As viagens turísticas ao exterior apresentam um componente importante para hotelaria brasileira: os turistas brasileiros, 80 por cento dos quais se destinam aos Estados Unidos, passam a conhecer o padrão da hotelaria de países desenvolvidos, que apresentam melhor qualidade e menores preços. Gradualmente, esses turistas pressionar as empresas do setor hoteleiro no Brasil a oferecer mais qualidade e preços menores. (ANDRADE, 2002 p. 24).

É possível encontrar vários autores que trazem em suas obras as definições para hotel. Um exemplo é Serson (1999, p. 41) que conceitua hotel como “uma edificação onde se alugam quartos e apartamentos mobiliados, podendo esse aluguel estar acompanhado de serviços de alimentação, arrumação ou outros”.

Já para Beni (1997, p. 187), “hotel é uma empresa que presta serviços e diferencia-se totalmente de outros estabelecimentos industriais ou comerciais”. Isso porque serve aos turistas, o turismo não acontece sem os meios de hospedagem.

Diante das definições citadas acima é possível analisar, a importância do desenvolvimento da atividade hoteleira em nosso país, para que possamos compreender a hotelaria em sua cronologia analisaremos sua evolução.

De acordo com Castelli (2001, p. 36) nos médios e grandes hotéis, de estruturas mais complexas, a exigência do elemento humano qualificado é condição *sin qua non* para garantir o nível de serviços propostos. A empresa hoteleira vem sofrendo, gradativamente aperfeiçoamentos técnicos em seus equipamentos e instalações.

Nestes últimos anos, o aumento na demanda por atividades turísticas gerou um desenvolvimento socioeconômico nos países que tem a atividade turística como fonte de suas receitas. Aliado a motivações básicas, a prática do turismo impulsiona cada vez mais setores primários e secundários.

Daí a importância de se elevar à questão da qualidade na indústria hoteleira, pois os dirigentes hoteleiros que não souberem aproveitar e investir nesse crescimento, certamente estarão tirando seu produto do mercado. Neste sentido, não resta alternativa para os hotéis, do que buscar a qualidade em tudo e através de todas as pessoas que compõe a empresa.

A explosão da atividade turística incentivou o crescimento e o desenvolvimento de equipamentos de lazer das mais diversas maneiras e classes, aumentando o desejo e a necessidade de realizar turismo.

Os atrativos turísticos oferecidos atualmente mostram uma evolução muito grande, isso se reflete na grande procura por viagens e nos investimentos que o ramo tem recebido.

Para o homem comum, o turismo é uma das atividades que se lhe oferecem dentro de uma infinita gama de possibilidades de entretenimento. Para uma estreita faixa de intelectuais, é uma dentre várias formas de adquirir conhecimentos, ou seja, uma forma de educação alternativa. Para a grande massa trabalhadora, pode significar a oportunidade de emprego ou subemprego, e para grandes empresários será uma fonte de enormes lucros. (BARRETO, 1997, p. 96).

A área de hotelaria é de fundamental importância para o desenvolvimento e crescimento do turismo, pois desde os tempos mais remotos, as pessoas quando em viagem, necessitavam de um local que lhes oferecessem alimentação e abrigo seguro.

A evolução da hotelaria, a espinha dorsal do turismo, levou o sistema hoteleiro a trabalhar a demanda de forma a canalizá-la e moldá-la gradualmente a seus interesses. Do ponto de vista do mercado, a demanda passou a ser trabalhada por segmentos de mercado, processo que se mostrou o mais adequado para a orientação do crescimento hoteleiro, de acordo com Andrade (2002, p. 29).

2.3 Qualidade na prestação dos serviços hoteleiros para o lazer

Uma das principais maneiras de se diferenciar uma empresa da outra é prestar serviços de qualidade. A chave é atender ou exceder as expectativas do cliente. Suas expectativas são formadas por experiências passadas, divulgação boca-a-boca e propaganda da empresa de serviços. Os consumidores escolhem prestadoras de serviços nesta base, após serem atendidos, comparam o serviço recebido com o esperado. Se o serviço ficar abaixo das

expectativas, os consumidores perdem o interesse pelo fornecedor, mas se for acima de suas expectativas, procurarão o fornecedor novamente.

As pessoas do mundo inteiro pedem e exigem qualidade dos bens e serviços que adquirem. O trabalho desenvolvido por prestadoras de serviço atrai em virtude do que é oferecido e da forma como se oferece o produto, porém se a pessoa que está ofertando um determinado serviço não possui espírito de tratar bem, com carinho e afeto a todos, acaba refletindo mal uma empresa. A comercialização do produto turístico requer integração destes fatores.

Mas o que é então Qualidade? Qual a definição para este termo?

Segundo Castelli (2000, p. 18) Não existe um conceito único de Qualidade. Várias ciências (filosofia, economia, marketing, produção) elaboram conceitos sobre Qualidade, cada uma delas enfatizando aspectos que lhes são próprios.

Muitos estudiosos e organizações ligados ao assunto procuraram definir Qualidade, entre os quais:

- “Qualidade é uma atitude. Não tem começo, meio e muito menos fim. A Qualidade de um produto – e o processo pelo qual ela é incorporada a esse produto – exigem uma continuidade e deve chegar a integrar-se à mentalidade de cada funcionário” (Lee Iacocca, em seminário internacional realizado em São Paulo, 1993)
- “No sentido mais amplo, Qualidade é qualquer coisa que pode ser melhorada. Nesse contexto, a Qualidade é associada não apenas aos produtos e serviços, mas também a maneira como as pessoas trabalham, como as máquinas são operadas e como os sistemas e procedimentos são abordados. Ela inclui todos os aspectos do ser humano” (Imai)
- “Conjunto de propriedades e características de um produto, processo ou serviço que lhe oferecem a capacidade de satisfazer as necessidades explícitas” (ISO)
- “Qualidade é conformidade com os requisitos” (Crosby)

De acordo com Castelli, (2000, p. 7), o desempenho com qualidade dos serviços hoteleiros é condição determinante do sucesso empresarial, sobretudo no contexto atual, onde a concorrência se torna cada vez mais acirrada e o cliente, cada vez mais exigente. Manter e melhorar continuamente a Qualidade no fornecimento dos serviços hoteleiros tornou-se um desafio permanente. Nesse sentido, não resta alternativa para o hotel, enquanto empresa senão buscar a Qualidade em tudo e por intermédio de todas as pessoas nela envolvidas. De maneira a criar uma nova mentalidade, uma nova filosofia empresarial voltada para a Qualidade que o cliente quer.

O *made in Japan* é uma marca que se vende. Por quê? Porque tem reputação. O mesmo se passa com a imagem de marca de um hotel. Por que pega bem se hospedar num determinado hotel para realizar negócio, eventos? O que faz com que um hotel possua reputação? A qualidade percebida é um resultante do somatório de todas as dimensões da qualidade.

Segundo Castelli (2000), qualidade resulta em menos defeitos, produtos melhores, posição financeira melhor, maior bem-estar, menor giro de pessoal menos absenteísmo, clientes satisfeitos e uma imagem melhor.

Prestar um serviço nos dias de hoje requer ao prestador muita cautela, os clientes tem qualificado os produtos e serviços através da maneira como são ofertados. A qualidade vem sendo incorporada cada vez mais no cotidiano das empresas. Ganhou tamanha força, que não só se transformou num movimento internacional, mas também num modelo de como se deve gerir uma empresa, de acordo com Castelli (2000, p. 18).

A satisfação do cliente, percebida nas cortesias oferecidas antes e durante uma hospedagem, são muito importantes para os hóspedes. Todos hóspedes gostam de ser bem tratados, mas estão, a cada dia que passa, exigindo um tratamento diferenciado, portanto, a importância dada no atendimento às reclamações representa para o prestador de serviços uma conquista do cliente.

Se os clientes são as pessoas que recebem nosso trabalho, só eles podem determinar o que é Qualidade, só eles podem dizer-nos o que querem e como querem. É preciso descobrir que benefícios o cliente busca ao consumir determinados bens e serviços. De nada adianta revestir-se um bem ou serviços com inúmeras características se estas não se reduzem em benefícios para os clientes. Os clientes compram benefícios, e não características. São os benefícios que suprem desejos e necessidades. Portanto, ao tomar-se qualquer iniciativa na oferta de bens e serviços hoteleiros, deve-se primeiramente averiguar que benefícios os clientes esperam. Pressupor benefícios é muito arriscado no mundo dos negócios. E isso seguidamente acontece nas tomadas de decisões, o que não é aconselhável. (CASTELLI, 2000 p. 31)

No caso do hotel, o cliente avalia a Qualidade dos bens e serviços no ato e ao longo de toda sua estada. Vai somando os pontos positivos e os negativos de cada momento da verdade, para no final, fazer o balanço e tomar a decisão se ainda volta ou não.

No ramo da hotelaria é preciso oferecer produtos e serviços com qualidade para conectar-se com os clientes. É necessário estabelecer requisitos que traduzam os seus desejos, necessidades e expectativas. Uma vez estabelecidos, cumpri-los a risca, já que a qualidade é a conformidade com os requisitos. Alguns dos requisitos que devem ser cumpridos de acordo com Castelli:

Aspectos construtivos: áreas do quarto de dormir, área do banheiro privativo; Equipamentos e instalações: quarto – refrigeração e/ou calefação, equipamentos de comunicação, minirefrigerador, (frigobar), armário com portas, prateleiras e cabides, Lâmpadas junto a cabeceiras camas, vedação opaca nas janelas, espelho de corpo inteiro, porta-malas mesas de cabeceira, mesa de refeição, poltrona, acessórios complementares (cinzeiros, copos, material para escrever, sabonetes, polidor de sapatos, saco de roupa para lavanderia); banheiro- bidê ou ducha tipo telefone, lavatório com bancada, espelho de cristal, luminária, adicional junto ao espelho do banheiro, tomada para barbeador com indicação de voltagem, alarme de segurança, sistema de água quente e fria; -Serviços: troca diária de lençóis e fronhas, troca diária de tapetes do banheiro, troca de toalha de mesa após cada refeição, abertura das cama possuir pessoal capacitado por entidade de ensino profissional, oferecer café da manhã em todos os apartamentos, servir lanches e bebidas às 24 horas do dia, idioma estrangeiro falado pela governanta, roupa do hóspede lavada e passada no mesmo dia. (CASTELLI, 2000, p. 20).

A qualidade dos serviços é considerada fundamental para manutenção das taxas de ocupação dos hotéis. No setor hoteleiro, o bom atendimento e a qualidade dos serviços costumam ser avaliada com base nas expectativas formuladas pelos hóspedes e a partir do marketing dos hotéis, avaliação das agências de viagem e turismo, recomendações de terceiros etc.

Castelli diz sobre a qualidade, que:

Satisfazer as pessoas significa atender suas necessidades, as necessidades de todas as pessoas com as quais a empresa tem necessariamente compromisso, tais como: empregados, clientes, acionistas e vizinhos (comunidade). Para tanto, é preciso manter um diálogo permanente com elas para evitar o desequilíbrio, um sério entrave para a competitividade e sobrevivência da empresa. (CASTELLI, 2000, p. 65).

A excelência em hotelaria está associada aos serviços e a hospitalidade. Um fator determinante para a qualidade dos serviços hoteleiros são as instalações, a localização do estabelecimento e o pessoal qualificado para o atendimento. É necessário fazer um diagnóstico atual dos serviços, ou seja, verificar como estão sendo desempenhadas as tarefas, identificar as falhas e possíveis melhorias. A melhoria da qualidade das estruturas e dos serviços turísticos deve se constituir em uma preocupação constante para os setores público e privado.

A qualidade tem um caráter comparativo, a vantagem competitiva está em obstar serviços da mesma qualidade a preços inferiores ou serviços de qualidade superior a preços do mercado.

Mas o que o cliente entende por satisfação? Castelli (2000, p.51):

Ao adquirir bens e serviços, o cliente deseja prioritariamente usufruir satisfação [...] É preciso, pois, que a administração direcione o hotel totalmente para o cliente, a fim de atender aos seus requisitos. Engaje todos os funcionários nessa missão, ensinando-os a entender o cliente, ouvirem a sua voz, se colocarem no seu lugar.[...] As empresas precisam saber qual é, de fato, a satisfação usufruída por seus clientes

ao consumirem seus produtos e serviços, já que sem satisfação não existe fidelidade, e sem fidelidade a empresa vai pro brejo. A fidelidade traduz-se, na prática, na busca de um maior entrosamento entre fornecedor-cliente. Investir na satisfação do cliente é, pois, investir na própria sobrevivência da empresa.

A qualidade custa dinheiro, mas a não-qualidade custa muito mais. O custo da Qualidade é a soma do custo de fazer errado mais o custo de fazer certo.

Aspectos construtivos: áreas do quarto de dormir, área do banheiro privativo; Equipamentos e instalações: quarto – refrigeração e/ou calefação, equipamentos de comunicação, minirefrigerador, (frigobar), armário com portas, prateleiras e cabides, Lâmpadas junto a cabeceiras camas, vedação opaca nas janelas, espelho de corpo inteiro, porta-malas mesas de cabeceira, mesa de refeição, poltrona, acessórios complementares (cinzeiros, copos, material para escrever, sabonetes, polidor de sapatos, saco de roupa para lavanderia); banheiro- bidê ou ducha tipo telefone, lavatório com bancada, espelho de cristal, luminária, adicional junto ao espelho do banheiro, tomada para barbeador com indicação de voltagem, alarme de segurança, sistema de água quente e fria; -Serviços: troca diária de lençóis e fronhas, troca diária de tapetes do banheiro, troca de toalha de mesa após cada refeição, abertura das cama possuir pessoal capacitado por entidade de ensino profissional, oferecer café da manhã em todos os apartamentos, servir lanches e bebidas às 24 horas do dia, idioma estrangeiro falado pela governanta, roupa do hóspede lavada e passada no mesmo dia. (CASTELLI, 2000, p. 43)

A qualidade dos serviços é considerada fundamental para manutenção das taxas de ocupação dos hotéis. No setor hoteleiro, o bom atendimento e a qualidade dos serviços costumam ser avaliada com base nas expectativas formuladas pelos hóspedes e a partir do marketing dos hotéis, avaliação das agências de viagem e turismo, recomendações de terceiros etc.

A segmentação do mercado turístico permite ao empreendimento o aumento de sua renda, e a qualificação dos produtos e serviços oferecidos conforme as necessidades dos clientes, o público em estudo neste trabalho é o público que busca o turismo de lazer em suas viagens, um dos mais difundidos em nosso país, como cita Beni (1995), sobre os segmentos mais importantes para a economia do turismo:

Os maiores segmentos desse mercado, por influencia de turistas são: turismo de descanso ou férias; de negócios e compras desportivos; ecológico; rural; de aventura; religioso; cultural; científico; gastronômico; estudantil; de congressos; convenções; encontros e similares; família e de amigos; de saúde ou médico terapêutico. A segmentação traz enormes vantagens, como economia de escala para empresas turísticas, aumento de concorrência no mercado, criação de políticas de preços e de propaganda especializada, e promoção de maior número de pesquisas científicas. (BENI, 1995)

A grande procura por momentos de lazer, tem sido o grande enfoque das grandes redes hoteleiras. Portanto, o serviço de lazer de um hotel tem a função de ir ao encontro das necessidades e dos anseios do homem moderno, procurando satisfazê-los. Para isto, é

necessário dotar o hotel de uma infra-estrutura adequada. Hoje em dia, criam-se hotéis inteiramente voltados para proporcionar aos hóspedes o máximo de lazer.

Castelli cita que o departamento de lazer deve ser responsável por:

Desenvolver atividades de lazer para adultos e crianças; Coordenar todas as atividades de lazer; Organizar os materiais de esportes; Cuidar da programação audiovisual; Controlar o estoque, fazendo as requisições; Preparar relatórios mensais; Manter contatos cordiais com os hóspedes; participar da acolhida e do treinamento do novo funcionário; Orientar os empregados quanto á higiene pessoal, uso adequado do uniforme e do vocabulário e postura. (CASTELLI, 2001, p. 199).

As pessoas, ligadas ao departamento de lazer, devem se comportar de maneira educadas, sociáveis, cordiais, entusiasmadas e sempre dispostas. Líderes e responsáveis, devem ter boa aparência física e flexibilidade de horários.

Fica claro perceber a importância da área de lazer na hotelaria para o crescimento do turismo, sabendo que o homem é considerado um animal social, proporcionar ambientes e atrações para ele se sociabilizar e se divertir, garante aos profissionais de turismo, trabalho e receita.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

O trabalho tem como objetivo verificar o nível de qualidade na estrutura física e na prestação dos serviços proporcionados pela Pousada da Ilha, Ribeirão Claro (PR) de acordo com os clientes e com a teoria de qualidade.

3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar o perfil do hóspede;
- Dimensionar a expectativa do hóspede;
- Analisar a qualidade da estrutura física da Pousada da Ilha de acordo com o público pesquisado;
- Analisar a qualidade da estrutura da prestação de serviços na Pousada da Ilha; qualificando os funcionários e verificando os serviços por eles prestados;
- Propor melhorias, caso seja necessário.

4 METODOLOGIA

A realização desta pesquisa implicou em duas etapas, considerando que o presente trabalho abordou tanto o aspecto teórico (análise exploratória) quanto o prático (análise descritiva-qualitativa).

Em primeiro momento foi realizada uma pesquisa exploratória com a finalidade de estabelecer os objetivos e identificar as variáveis que conduzem ao problema. Nessa fase exploratória foi realizado um levantamento bibliográfico e documental (a partir de material já elaborado) apresentado sob forma de estudo de caso. Tanto a pesquisa bibliográfica (através de livros, artigos científicos e monografias) quanto à pesquisa documental (por meio de jornal e sites) se deu a partir de materiais já elaborados, e possibilitaram o levantamento de dados históricos, culturais e/ou científicos acerca do assunto. Contudo, nesse momento, é importante ressaltar a diferença existente entre pesquisa documental e pesquisa bibliográfica visto que, a primeira, utiliza “um material que ainda não recebeu tratamento analítico ou que pode ser reelaborado” segundo Dencker (2001, p. 125).

Como método de procedimento, foi escolhido o estudo de caso que requer um “estudo profundo e exaustivo de determinados objetivos ou situações”, Dencker (2001, p. 127). O objeto de estudo dessa pesquisa é a Pousada da Ilha, localizada no município de Ribeirão Claro (PR).

Na segunda etapa (fase prática), foi realizada uma pesquisa descritiva-qualitativa em que “se observa, registra, analisa, correlaciona fatos ou fenômenos/variáveis sem manipulá-los [...]” para Dencker (2001, p. 130). Esse tipo de pesquisa descreve situações a partir de dados primários e, por isso, necessita de um estudo profundo e planejado por parte do pesquisador. Além disso, é necessário que ele tenha o conhecimento do problema em questão para, mais tarde, saber avaliar e verificar as formas de procedimentos mais adequadas à solução do mesmo.

Por sua vez, a pesquisa qualitativa, na opinião de Dencker (2001, p. 107), facilita o “conhecimento mais profundo de casos específicos”. Nessa fase qualitativa em que se trabalhou com dados e/ou fatos recolhidos da própria realidade (ocorrida em campo), teve como principal instrumento de coleta de dados o uso de questionário.

Assim sendo, o questionário foi formulado com o objetivo de analisar a satisfação dos seus clientes, avaliando a qualidade da estrutura física da pousada e a qualidade na prestação

de seus serviços, e foi aplicado um questionário aos hóspedes que fizeram uso dos serviços da pousada e aplicado pela pesquisadora.

Nesse trabalho, em específico, o questionário (ANEXO A) foi constituído por dez questões alternando perguntas: fechadas, semi-abertas e perguntas com escala de valores (ótimo, bom, regular, ruim, péssimo).

A coleta e o registro de dados contou com a participação (espontânea) de quinze hóspedes (amostra não-probabilística e não-representativa), escolhidos pela pesquisadora.

A estrutura metodológica utilizada está baseada em Dencker (2001) e Heubel (2002), concomitante as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT – NBR 6023,2000).

Com a finalidade de apresentar a discente à organização escolhida para realização do estudo de caso, a Universidade do Sagrado Coração encaminha à empresa uma carta de apresentação (ANEXO B).

Nesse sentido, por se tratar de uma relação estabelecida, de um lado por uma pessoa física – representada pela estudante universitária, Karla Crepaldi – e do outro lado, por uma pessoa jurídica – representada pela Pousada da Ilha – ambas entidades tiveram seus direitos e deveres assegurados legitimamente, como em qualquer outro acordo. Para tanto, coube ao empreendimento hoteleiro ceder seus direitos autorais de imagem, de uso e publicação de nomes e isenção de responsabilidades (ANEXO C).

4.1 Objeto de estudo

4.1.1 Caracterização Geral do Município

O município de Ribeirão Claro está localizado na divisa do Estado de São Paulo com o Estado do Paraná. Possui uma área territorial de 633 km² representando 0,3175 % do estado, 0,1123 % da região e 0,0074 % de todo o território brasileiro. Localiza-se a uma latitude 23°11'38" sul e a uma longitude 49°45'28" oeste, estando a uma altitude de 690 metros. Na qual encontra-se uma população estabelecida de 10.878 habitantes (segundo estimativa realizada dia 28 de setembro de 2007 pelo IBGE), sendo 6.796 população urbana e 4.107 população rural, 5.506 homens e 5.397 mulheres. Segmentando a população por sexo, pode-se dizer que há um relativo equilíbrio entre a quantidade de homens e mulheres residentes em Ribeirão Claro, PR.



Figura 1 – Mapa do Estado do Paraná. Fonte: Ribeirão Claro (2007)



Figura 2 – Mapa do Município de Ribeirão Claro. Fonte: Ribeirão Claro (2007)



Figura 3 – Mapa da localização do município de Ribeirão Claro
Fonte: Pousada da Ilha (2007)

Vindo do Sul do Brasil: pela BR 153 até Jacarezinho, depois pela rodovia Jacarezinho-Ribeirão Claro até Ribeirão Claro. Vindo do Norte do Estado do Paraná: pela BR 369 até Cambará, seguir de Cambará até Jacarezinho pela rodovia Cambará-Jacarezinho, depois seguir de Jacarezinho até Ribeirão Claro. Vindo de São Paulo: pela Rodovia Raposo Tavares até Chavantes – SP, depois pela Rodovia Chavantes - Ribeirão Claro ou vindo pela Rodovia Castelo Branco, até chegar Ourinhos. Vindo do interior paulista e demais regiões: alcançar a cidade de Ourinhos-SP. Estando em Ourinhos: optar por ir até Chavantes e seguir de Chavantes até Ribeirão Claro pela rodovia Ribeirão Claro -Chavantes ou então seguir pela Rodovia BR 153 de Ourinhos a Jacarezinho, depois de Jacarezinho a Ribeirão Claro (Rodovia Jacarezinho-Ribeirão Claro).

As distâncias que as principais cidades ficam de Ribeirão Claro são mostradas no quadro abaixo:

Municípios	Distâncias
Assis	125 km
Bauru	145 km
Jacarezinho	25 km
Londrina	190 km
Marília	138 km
São Paulo	390 km

Quadro 1 – Distâncias das principais cidades da região de Ribeirão Claro
Fonte: Ribeirão Claro (2007)

A história sobre a fundação do município e a origem do nome de Ribeirão Claro se deu por volta de 1895, um povoado ia surgindo com a denominação de Taquaral, onde atualmente se localiza a sede do município. As primeiras famílias de italianos chegaram em 1896, vindos de São Paulo. Com a transferência de moradores da Vila do Espírito Santo do Itararé para o povoado de Taquaral, em virtude de um surto de cólera, o povoado passa a se denominar Ribeirão do Pinhal. Somente mais tarde, com a criação do município, passou a denominar-se Ribeirão Claro.



Figura 5 – Brasão do município de Ribeirão Claro
Fonte: Ribeirão Claro (2007)

O Município apresenta uma atividade bastante representativa no setor agropecuário, com a criação de bovinos e a extração de leite. As indústrias predominantes são nos setores de produtos alimentares, mobiliárias, vestuários, calçados e tecidos, bebidas.

No que se refere à gestão local, o Poder Executivo está representado pelo Prefeito Francisco Carlos Molini, o qual iniciou sua gestão no ano de 2005 e ficará até o ano de 2008.

Hospitais	1 Hospital
Leitos Hospitalares	37 Leitos
Unidades ambulatorias	11 Unidades
Estabelecimentos de Ensino Fundamental	18 Estabelecimentos
Estabelecimentos de Ensino Médio	1 Estabelecimento
Eleitores municipais	9.335 Eleitores
Agências Bancárias	1 Agência
Clima	Subtropical úmido mesotérmico, verões quentes
Temperatura média no verão:	Superior a 22° C.
Temperatura média no inverno:	Inferior a 18° C.
Restaurantes	Três Restaurantes: - Restaurante Ponto de Encontro; - Pousada, Restaurante - Pizzaria Victor e Lanchonete da Prainha da Cachoeira
Hotéis e Pousadas	2 Hotéis e 3 Pousadas: - Recanto da Cascata; - Pousada, restaurante e Pizzaria Victor; - Pousada Ruvina; - Pousada da Ilha - Hotel Nossa Senhora Aparecida.
Aeroporto	Mais próximo fica a 180 km em Londrina - PR
Principais Produtos Agrosilvopastoris	Bovino, Leite e Café
Participação do PIB Municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Agropecuária: 32,26 % • Indústria: 2,37 % • Serviços: 65,37 % • Produto Interno Bruto: US\$ 11.194.560,28% • PIB per capita: US\$ 1.009,88 % • População Economicamente Ativa: 6.133,00 hab.
Indústria Dominante	<ul style="list-style-type: none"> • Produtos Alimentares • Extração de Minerais • Mobiliário • Vestuário • Calçados e Tecidos • Bebidas • Construção Civil

Quadro 2 – Informações complementares sobre a cidade

Fonte: Ribeirão Claro (2007)

Pode se observar que Ribeirão é uma cidade de pequeno porte, com poucas opções de serviços e facilidades à população, principalmente aos turistas.

Setor	Nº total de estabelecimentos no município	Participação % em relação à associação
Indústria	30	0,03
Comércio Varejista	122	0,03
Comércio Atacadista	5	0,02
Serviços	32	0,04

Quadro 3: Distribuição das atividades econômicas do município de Ribeirão Claro
 Fonte: Ribeirão Claro (2007)

4.1.2 Pousada da Ilha: Infra-estrutura e Serviços oferecidos.

A Pousada da Ilha (Figura 8) está localizada no Estado do Paraná, no município de Ribeirão Claro (PR), possui uma localização muito privilegiada por ser banhada pela represa de Chavantes, além de um visual de montanhas e paisagens naturais maravilhosas.



Figura 8 – Vista panorâmica da Pousada da Ilha
 Fonte: Pousada da Ilha (2007)

A Pousada da Ilha possui 10.000 m², composta por 8 apartamentos no corpo do hotel, e 7 Chalés, totalizando 15 unidades habitacionais (Figura 9). Todos equipados com: televisão, ar condicionado, ventilador, frigobar. Os quais não se diferenciam em sua estrutura acomodando de 4 a 5 pessoas.



Figura 9 – Foto do apartamento da Pousada da Ilha
Fonte: Pousada da Ilha (2007)

Sua estrutura de lazer oferece sala de jogos, 4 piscinas, sendo uma aquecida e com hidromassagem, uma infantil e outra poli esportiva, sauna, academia, pista de Cooper, quadra de tênis, quadra de vôlei de areia, cancha de bocha, playground. Dependendo da ocupação do hotel, é contratado um monitor para entretenimento infantil.



Figura 10 – Vista da piscina da Pousada da Ilha
Fonte: Pousada da Ilha (2007)

A Pousada da Ilha possui uma cozinha tradicional, com comidas feitas no forno à lenha (Figura 11) e 2 Bares, um seco e um molhado; nos ambientes que não tem bares, os garçons circulam o tempo todo para atender os clientes.



Figura 11 – Foto parcial da cozinha onde são feitas as refeições.
Fonte: Pousada da Ilha (2007)

O quadro de funcionários da Pousada da Ilha é composto por 14 funcionários, sendo: 1 gerente Pousada; 1 Gerente Operacional; 2 camareiras; 3 Garçons; 2 Barqueiros; 1 Cozinheiro; 2 Auxiliares de Cozinha; 2 Serviços Gerais.

Os serviços terceirizados são: babá, lancha e barco para pesca, recreação e banda.

Dependendo da quantidade de hóspedes, o hotel contrata Free Lances para os serviços de Garçons, Camareira, Auxiliar de Cozinha e Monitores recreativos.

O turno dos funcionários é de 8 horas diária, mais hora extra.

Por se tratar de um hotel de lazer a sua maior demanda são grupos de amigos, famílias e até mesmo empresas que utilizam o local para festas de confraternização de final de ano.

Sua administração é familiar e está classificado como um hotel de pequeno porte.

Possui uma equipe de funcionários excelente, os quais recebem muitos elogios dos hóspedes, e cada vez percebe-se mais a eficiência dos funcionários, pois eles estão lá há muito tempo. Os mesmos foram treinados e capacitados, desde o princípio, para exercer diversas funções e, assim, serem polivalentes. Nesse sentido, destaca-se a multifuncionalidade operacional do estabelecimento.

O programa de reservas utilizado é o Programa da Mercossistem, onde são cadastrados o hóspede e as reservas.

O sistema de divulgação e marketing é apenas através de folder entregue às agências de viagens e pelo site (www.pousadadailha.tur.br), dispensando gastos com mídia, outdoor, anúncios em jornais, e outras formas de comunicação, uma vez que possui poucas unidades habitacionais (15 unidades habitacionais) que estão na maioria das vezes com 100% de ocupação. E observou-se que o maior marketing foi à boca-boca dos hóspedes.

O valor da diária para final de semana é de R\$ 300,00 apartamento duplo, R\$ 390,00 apartamento triplo, R\$ 440,00 apartamento quádruplo e crianças de 0 a 12 anos não pagam.

Incluso neste valor café da manhã, almoço e jantar e um passeio de escuna na represa de Chavantes.

Há vários hotéis de lazer na região, porém a concorrência não afeta tanto a Pousada da Ilha, pois sua estrutura oferece diferenciais competitivos, tais como, a proposta da localização em uma ilha, poucas unidades habitacionais oferecendo um ambiente mais intimista e um atendimento mais especializado, a culinária caseira feita no forno à lenha entre outros diferenciais que tornam a Pousada da Ilha em um local diferenciado dos concorrentes.

Sendo assim, fica mais uma vez comprovado que a Pousada da Ilha apenas está deixando de preocupar-se com o lazer, pois em todos os outros setores ela oferece diferenciais competitivos.

O proprietário da Pousada está com mais um projeto, que é a construção de um Resort na Represa de Chavantes, o qual terá o nome de Tayayá. E após a concretização deste projeto, que já está em andamento, os planos para o futuro da Pousada da Ilha são bem interessantes. Ele pretende deixar a Pousada da Ilha em um ambiente mais refinado, oferecendo uma culinária diferenciada com à la carte e menus com frutos do mar, deixar os quartos mais equipados, com DVD, camas e duchas maiores, e desta forma entrar para os roteiros de charme. Acredita-se que a idéia seja deixar o lazer para o resort e o requinte para a pousada.

5 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Perfil dos entrevistados

Do total dos entrevistados (15 pessoas), a maioria (60%) são mulheres e a minoria (40%), homens (Tabela 1).

Tabela 1 – Gênero dos participantes da pesquisa

SEXO	F.A	F.R (%)
Masculino	06	40,00
Feminino	09	60,00
TOTAL	15	100
F.A Frequência Absoluta	F.R Frequência Relativa (%)	

Quanto ao local de origem a maior parte dos entrevistados (67,67%) são da cidade de Pederneiras, uma vez que são meus clientes e a aplicação da pesquisa foi feita no pós-venda. Em segundo lugar Bauru (20%) e terceiro Campinas (13,33) que faziam parte de um grupo de hóspedes com o grupo de Pederneiras (Tabela 2).

Tabela 2 – Local de origem dos participantes da pesquisa

ORIGEM	F.A	F.R (%)
Pederneiras	10	67,67
Bauru	03	20,00
Campinas	02	13,33
TOTAL	15	100
F.A Frequência Absoluta	F.R Frequência Relativa (%)	

No que se refere à idade dos entrevistados (tabela 3), nota-se que a maior parte (46,66%) são pessoas entre as faixas etárias de 30 a 40 anos de idade, havendo uma equivalência (20%) entre as idades de 20 a 30 anos e 40 a 50 anos, tendo por minoria (6,67%) entrevistados com idade entre 50 a 60 anos e 60 a 70 anos.

Tabela 3 – Idade dos participantes da pesquisa

IDADE	F.A	F.R (%)
De 20 a 30 anos	03	20,00
De 30 a 40 anos	07	46,66
De 40 a 50 anos	03	20,00
De 50 a 60 anos	01	06,67
De 60 a 70 anos	01	06,67
TOTAL	15	100
F.A Frequência Absoluta	F.R Frequência Relativa (%)	

5 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1 Perfil dos entrevistados

Do total dos entrevistados (15 pessoas), a maioria (60%) são mulheres e a minoria (40%), homens (Tabela 1).

Tabela 1 – Gênero dos participantes da pesquisa

SEXO	F.A	F.R (%)
Masculino	06	40,00
Feminino	09	60,00
TOTAL	15	100
F.A Frequência Absoluta	F.R Frequência Relativa (%)	

Quanto ao local de origem a maior parte dos entrevistados (67,67%) são da cidade de Pederneiras, uma vez que são meus clientes e a aplicação da pesquisa foi feita no pós-venda. Em segundo lugar Bauru (20%) e terceiro Campinas (13,33) que faziam parte de um grupo de hóspedes com o grupo de Pederneiras (Tabela 2).

Tabela 2 – Local de origem dos participantes da pesquisa

ORIGEM	F.A	F.R (%)
Pederneiras	10	67,67
Bauru	03	20,00
Campinas	02	13,33
TOTAL	15	100
F.A Frequência Absoluta	F.R Frequência Relativa (%)	

No que se refere à idade dos entrevistados (tabela 3), nota-se que a maior parte (46,66%) são pessoas entre as faixas etárias de 30 a 40 anos de idade, havendo uma equivalência (20%) entre as idades de 20 a 30 anos e 40 a 50 anos, tendo por minoria (6,67%) entrevistados com idade entre 50 a 60 anos e 60 a 70 anos.

Tabela 3 – Idade dos participantes da pesquisa

IDADE	F.A	F.R (%)
De 20 a 30 anos	03	20,00
De 30 a 40 anos	07	46,66
De 40 a 50 anos	03	20,00
De 50 a 60 anos	01	06,67
De 60 a 70 anos	01	06,67
TOTAL	15	100
F.A Frequência Absoluta	F.R Frequência Relativa (%)	

A estrutura dos apartamentos quanto à higiene, 86,67% dos entrevistados considerou como ótima e apenas 13,33% considerou como bom. E aos preços do frigobar, 80,00% considerou ótimo.

A qualidade dos alimentos e bebidas foi considerada por 93,33% como ótima e 6,67% classificou como boa.

No que se refere à estrutura direcionada aos esportes aquáticos, 66,67% considerou como ótima e 33,33% como bom.

E com relação à área de lazer, (piscina, sauna, sala de jogos...) do total de 15 entrevistados, 7 deles (46,70%) lhe atribuíram a nota boa. Em segundo lugar, 6 deles (40,00%) e 2 (13,30%) consideraram regular (o que pode ser explicado pela falta de investimentos no hotel neste setor e/ou a proposta do hotel referente à questão).

Tabela 6– Nível de satisfação em relação à estrutura do hotel

N VEL DE SATISFAÇÃO	Ótimo		Bom		Regular		TOTAL	
	F.A	F.R (%)	F.A	F.R (%)	F.A	F.R (%)	F.A	F.R (%)
Localização do hotel	13	86,67	-	-	02	13,33	15	100
Acomodação no hall do hotel	10	66,67	05	33,33	-	-	15	100
Conforto do apartamento	08	53,33	06	40,00	01	6,67	15	100
Higiene do banheiro	13	86,67	02	13,33	-	-	15	100
Refeições	15	100,00	-	-	-	-	15	100
Atendimento dos funcionários	15	100,00	-	-	-	-	15	100
Atendimento na recepção	15	100,00	-	-	-	-	15	100
Higiene do apartamento	13	86,67	02	13,33	-	-	15	100
Preços dos produtos do frigobar	12	80,00	02	13,33	01	6,67	15	100
Qualidade do alimentos e bebidas	14	93,33	01	6,67	-	-	15	100
Equipamento dos esportes aquáticos	10	66,67	05	33,33	-	-	15	100
Área de lazer	06	40,00	07	46,70	02	13,30	15	100

F.A Freqüência Absoluta F.R Freqüência Relativa (%)

Na Tabela 7, por sua vez, consistiu em saber se os hóspedes se sentiram satisfeitos com a Pousada da Ilha a ponto de indicá-la a outras pessoas. E todos (100%) dos entrevistados responderam positivamente, dizendo que indicariam a Pousada e inclusive alguns já estavam ali pela terceira vez.

Tabela 7 – Se indicaria a Pousada

INDICARIA A POUSADA	F.A	F.R (%)
Sim	15	100,00%
Não	0,0	0,0%
TOTAL	15	100

F.A Freqüência Absoluta F.R Freqüência Relativa (%)

E por último, na Tabela 8, buscou medir o nível de satisfação dos hóspedes em sua estadia na Pousada da Ilha, e a maioria dos entrevistados (86,66%) disse estar totalmente satisfeitos. E uma pequena parcela, correspondente a 6,67% disse estar parcialmente satisfeitos e satisfeitos.

Tabela 8 – Nível de Satisfação em relação à estadia

SATISFAÇÃO	F.A	F.R (%)
Totalmente satisfeito	13	86,66%
Parcialmente satisfeito	01	06,67%
Satisfeito	01	06,67%
Parcialmente insatisfeito	00	0,0%
Totalmente insatisfeito	00	0,0%
TOTAL	15	100
F.A Freqüência Absoluta	F.R Freqüência Relativa (%)	

Realizada a interpretação e na análise estatística dos dados coletados em campo, apresenta-se, a seguir, a conclusão do trabalho.

6 CONCLUSÃO

Foi possível observar, de um modo geral que, a Pousada da Ilha disponibiliza aos seus hóspedes um ambiente de qualidade e hospitalidade.

Através da pesquisa de campo essas características se tornam mais evidentes, tendo em vista que o nível de satisfação atribuído pelos hóspedes – tanto no que se refere à infraestrutura, quanto ao atendimento dos funcionários e aos serviços prestados pelo estabelecimento – foi bastante positivo.

A satisfação que os hóspedes obtiveram é um aspecto que vale a pena ressaltar, uma vez que a maior parte dos indivíduos entrevistados, afirmaram terem atingido suas expectativas com relação ao que a Pousada da Ilha tinha a oferecer em relação às suas necessidades de lazer e descanso. Porporcionando um ambiente muito agradável, familiar e prazeroso. Em virtude desta satisfação, a Pousada da Ilha conseguiu a fidelização destes clientes, visto que, o desejo de retornarem foi absolutamente unânime, e leva ainda mais em consideração a opinião dos mesmos, visto na entrevista que 100% dos entrevistados têm o hábito de utilizarem hotéis quando viajam. Isso dá credibilidade a opinião por eles dada, quanto a estrutura da Pousada da Ilha, uma vez que sabem avaliar estruturas e serviços.

Quando foi dado aos entrevistados a oportunidade de fazerem sugestões para a Pousada, grande parte deles, fez a mesma observação quanto a área de lazer, sugerindo mais atividades de entretenimento, e principalmente na área infantil.

Desta forma, pode ser sugerido ao hotel que invistam mais neste setor, podendo oferecer aos seus clientes mais conforto e satisfação, uma vez que a procura pela pousada é justamente o lazer, a descontração e a tranquilidade.

REFERÊNCIAS

- ACEREN A, Miguel Angel. **Administração do Turismo**. Bauru: EDUSC, 2002.
- ANDRADE, Nelson. **Hotel: Planejamento e projeto**. São Paulo: SENAC, 2002.
- BARRETO, Margarida. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 2000.
- BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2001.
- CASTELLI, Geraldo. **Excelência em Hotelaria: uma abordagem prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Metodologias de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2001.
- DUARTE, Vladir Vieira. **Administração em sistemas hoteleiros: conceitos básicos**. São Paulo: SENAC, 1996.
- IBGE. Densidade demográfica em Ribeirão Claro. Disponível em: www.ibge.org.br. Acesso em 02 out 2007.
- LEBOEUF, M. **Como conquistar clientes e mantê-los para sempre**. São Paulo: Harbra, 1996.
- MARQUES, J. Albano. **Introdução à hotelaria**. Bauru, SP: EDUSC, 2003.
- MOLETTA, Vânia B. Florentino. **Qualidade nos Serviços Turísticos**. Porto Alegre: Sebrae/RS, 2000.
- PIRES, Mario Jorge **Raízes do Turismo no Brasil**. Barueri: Manole, 2001.
- POUSADA DA ILHA. Fotos da Pousada da Ilha. Disponível em www.pousadadailha.tur.br. Acesso em 20 abr 2007.
- RIBEIRO CLARO. Brasão e história da cidade de Ribeirão Claro. Disponível em www.ribeiraoclaro.com.br. Acesso em 08 out 2007.
- SERSON, Fernando M. **Hotelaria: a busca da excelência**. São Paulo: Marcos Cobra, 1999.
- WALKER, John R. **Introdução à hospitalidade**. Tradução de Élcio de Gusmão Verçosa Filho. – Barueri, SP: Manole, 2002.

ANEXOS

ANEXO A – Formulário Individual para os Hóspedes.....	43
ANEXO B – Carta de apresentação.....	44
ANEXO C – Cessão de direitos autorais de imagem, de uso e publicação de nomes e isenção de responsabilidades.....	45

ANEXO A – Questionário individual para os hóspedes

No intuito de oferecer o melhor atendimento possível durante a realização de sua viagem, solicito através deste questionário, sua valiosa colaboração no preenchimento do mesmo. Será garantido o sigilo da identificação de suas respostas.

Desde já agradeço sua colaboração.

Karla Crepaldi

1. Idade: anos

2. Sexo: .

3. Escolaridade

() Ensino Fundamental () Médio Incompleto () Superior Completo () Pós graduação
() Médio Completo () Superior Incompleto

4. Profissão

_____.

5. Você tem o hábito de utilizar serviços hoteleiros quando viaja? () Sim () Não

6. Dê uma nota de 1 à 5 de acordo com sua satisfação dos serviços oferecidos na Pousada da Ilha, sendo que:

1- Péssimo 2- Ruim 3- Regular 4-Bom 5- timo

Localização do hotel ()

Atendimento dos funcionários ()

Acomodações no hall do hotel ()

Atendimento na recepção ()

Conforto do apartamento ()

Higiene do apartamento ()

Higiene do banheiro ()

Preços dos produtos do frigobar ()

Refeições: Café da manhã ()

Qualidade dos alimentos e bebidas ()

Almoço ()

Equipamentos dos esportes aquáticos ()

Jantar ()

Área de lazer ()

7. Caso tenha ocorrido um fato constrangedor durante sua hospedagem, cite-o.

8. Você indicaria a Pousada da Ilha para seus amigos? () Sim () Não

Se Não explique.

9. Você tem alguma sugestão que permitirá a Pousada da Ilha superar as expectativas de seus hóspedes?

10. De modo geral qual seu grau de satisfação?

() Totalmente satisfeito
() Parcialmente satisfeito
() Satisfeito
() Parcialmente Insatisfeito
() Totalmente insatisfeito



Universidade do Sagrado Coração
Centro de Ciências Sociais Aplicadas

ANEXO B

Bauru, 07 de junho de 2007

Ilmº. Sr.
Proprietário da **"Pousada da Ilha"**

Prezado(a) senhor(a)

O objetivo desta é apresentar **Karla Crepaldi**, acadêmica do 4º ano do Curso de Turismo, da Universidade do Sagrado Coração (USC).

Uma das exigências do curso, para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo, é a elaboração de um Projeto de Pesquisa e o desenvolvimento de uma Monografia abordando a temática de interesse do acadêmico.

Neste caso, o tema escolhido para desenvolvimento de sua Monografia é **"Um estudo de caso na prestação de serviços para o turismo de lazer, na Pousada da Ilha"**, em franco desenvolvimento na atualidade. Entretanto, a interessada tem como pretensão direcionar seu objeto de estudo para uma organização local que esteja em plena atividade.

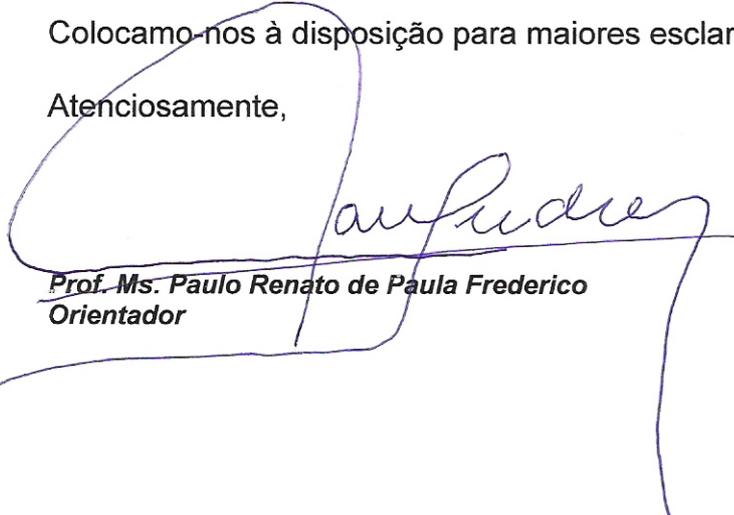
Diante do exposto, a aluna solicita a especial atenção de V.Sª. para apresentação do seu Projeto de Pesquisa, uma vez que esta organização foi escolhida como objeto de estudo.

Se o proposto for de interesse da empresa, solicitamos de V.Sª. autorização para que a acadêmica possa desenvolver sua Monografia utilizando em seu trabalho informações relativas ao tema e objetivos da pesquisa.

No que concerne às ações propostas e a informações sigilosas, a acadêmica compromete-se em seguir o que for acordado entre as partes.

Colocamo-nos à disposição para maiores esclarecimentos.

Atenciosamente,


Prof. Ms. Paulo Renato de Paula Frederico
Orientador


Profª. Drª. Valéria de Oliveira
Coordenadora do Curso de Turismo



ANEXO C

**CESSÃO DE DIREITOS AUTORAIS DE IMAGEM, DE USO E PUBLICAÇÃO DE NOMES E
ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADES.**

Pelo presente instrumento de **Cessão de Direitos Autorais de Imagem, de Uso e Publicação de Nomes e Isenção de Responsabilidades**, de um lado a (instituição/empresa/organização)

Pousada da Ilha 54
devidamente inscrita no CNPJ nº 04.783.757/0001-30 por seu representante legal

Mário Umberto Degani
(nome completo)

(Endereço Completo, Estado Civil, Profissão, Naturalidade, CPF, Identidade) denominado "**Cedente**", e de outro lado, eu,

KARLA CREPALDI

RESIDENTE NA RUA JULIO ANTONIO DÁRIO, 761 PEDERNEIRAS – SP, RG. 42496533-1 , CPF 348109418-33, BRASILEIRA, SOLTEIRA, AGENTE DE VIAGENS,
(Endereço Completo, Estado Civil, Profissão, Naturalidade, CPF, Identidade) doravante denominado "**Cessionário**", tem entre si justo e contratado, na melhor forma de direito, o seguinte:

O "**Cedente**" na qualidade de objeto de estudo de caso do Trabalho Técnico-Científico (Monografia/artigo) intitulada _____, de autoria do "**Cessionário**", apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Turismo, na Universidade do Sagrado Coração, situada na Rua Irmã Arminda, nº. 10-50, Bauru (SP), nos termos disponíveis do Artigo 49 da Lei 9.610 de 19/02/98 e protegida nos termos do artigo 5º da Constituição Federal, incisos V, X e XXVIII, através do presente instrumento autoriza a publicação e cede na totalidade, os direitos autorais sobre o nome, dados, informações e imagens em questão ao "**Cessionário**", em caráter irrevogável e irretroatável.

Com a presente Cessão de Direitos o "**Cedente**", transfere ao "**Cessionário**" todos os direitos e faculdades que no seu conjunto constituem o direito autoral de uso do nome, dados, informações e imagens, citadas na obra supramencionada, em todos os seus aspectos, manifestações, processos de reprodução, publicação e divulgação, bem como todas as faculdades de exploração comercial que forem necessárias para o exercício dos direitos cedidos. Em decorrência da cessão estabelecida, poderá o "**Cessionário**" firmar contratos de edição para publicação, divulgação e venda da referida obra, revertendo os valores auferidos exclusivamente em seu benefício, inclusive no tocante aos volumes que forem disponíveis em razão da contratação. A cessão objeto deste é feita a título gratuito.

O "**Cessionário**" declara que a obra supracitada é de sua exclusiva autoria, em que eventuais questionamentos judiciais ou extrajudiciais serão de sua inteira responsabilidade.

O "**Cedente**" declara, sob sua integral responsabilidade, não existir nenhuma proibição tácita, vinculada à divulgação do nome, dados, informações e imagens pelo "**cessionário**" nesta Cessão de Direitos. Por ser a expressão da verdade, firmo o presente.

MARILIA 07 de JUNHO de 2007
(cidade, dia, mês e ano)

Mário Umberto Degani
RG.:8.409.711

Amanda Luiza Leatti
Amanda Luiza Leatti – RG: 28.996.691-7