

**QUALIDADE DOS SERVIÇOS HOTELEIROS OFERTADOS
NA CIDADE DE PORTO DE GALINHAS: NA PERCEPÇÃO
DOS TURISTAS**

Jéssica Silva Mendes de Lima

Tayná Caroline Lima dos Santos

Thaís Michelle da Silva

Orientadora: Marcella Brito Galvão

Jéssica Silva Mendes de Lima
Tayná Caroline Lima dos Santos
Thaís Michelle da Silva

QUALIDADE DOS SERVIÇOS HOTELEIROS OFERTADOS NA CIDADE DE PORTO DE GALINHAS: NA PERCEPÇÃO DOS TURISTAS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Administração da Instituição Federal de Pernambuco - Campus Cabo de Santo Agostinho, como requisito parcial para aprovação na disciplina de trabalho de conclusão de curso.

Orientadora: Prof.^a Marcella Brito Galvão

RESUMO

O presente estudo tem como propósito identificar e analisar a qualidade da prestação dos serviços hoteleiros de quatro hotéis da cidade de Porto de Galinhas - PE, baseando-se na percepção dos turistas. Vale ressaltar também a importância do turismo para a cidade, considerado como um dos melhores destinos turísticos optante dos hóspedes em Pernambuco. Os serviços hoteleiros da cidade, são desenvolvidos para satisfazer em primeiro lugar os clientes. Para chegar ao objetivo, realizou-se uma pesquisa exploratória e descritiva, para avaliar o nível de satisfação dos clientes. Através de um questionário, com 08 perguntas, foram obtidas 150 respostas de 04 tipos de hospedagem e para complementar esses dados foram extraídas mais 100 respostas de alguns sites de reservas. Para desse modo, identificar quais os pontos essenciais que garantem a qualidade nas atividades oferecidas, e quais interferem na satisfação dos clientes na cidade citada. Todos os dados coletados foram analisados e transformados em gráficos, para facilitar a compreensão. Os resultados quanto ao nível de qualidade na percepção dos hóspedes, demonstram certa insatisfação de alguns dos serviços prestados, e que os mesmos precisam ser melhorados pois afetam a satisfação e qualidade na hora de sua hospedagem. Além de implicar e interferir diretamente na fidelização do cliente quanto ao local de hospedagem.

Palavras chaves: Hotelaria. Qualidade. Satisfação. Hóspedes. Turismo. Porto de Galinhas.

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify and analyze the quality of the provision of hotel services in four of the best hotels in the city of Porto de Galinhas - PE, based on the perception of tourists. It is also worth mentioning the importance of tourism for the city, considered as one of the best tourist destinations for guests. The city's hotel services are developed to satisfy customers in the first place. To reach the objective, an exploratory and descriptive research was carried out, to evaluate customer satisfaction data. customers and in the aforementioned city. All collected data were analyzed and transformed into graphs, to facilitate the understanding of the results. Such results showed the level of quality in the guests' perception, where a certain dissatisfaction with some of the services provided was identified, and that they need to be improved and that, from the guest's perspective, are relevant points to have a better satisfaction and quality at the time. of your hosting. In addition to implying and directly interfering with their loyalty to the place they are staying, which also affects the generation of competitiveness for the city.

Keywords: Hospitality. Quality. Satisfaction. Guests. Tourism. Porto de Galinhas.

SUMÁRIO

1. Introdução.....	6
2. Referencial Teórico.....	7
2.1. Qualidade.....	7
2.2. Qualidade em Serviços.....	8
2.3. Qualidade em Serviços Hoteleiros.....	9
3. Metodologia.....	9
3.1. Metodologia de pesquisa	10
3. Questionário.....	11
3.3. Itens que foram abordados.....	11
4. Análise dos Resultados.....	12
5. Considerações finais.....	24
6. Referências.....	25

1. INTRODUÇÃO

Dados da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FECOMERCIO SP, 2022) apontam que o setor de Turismo aqui no Brasil teve faturamento de R\$ 94 bilhões no primeiro semestre de 2022, número 33% maior do que o registrado no mesmo período de 2021. Apenas no mês de junho, as atividades ligadas ao Turismo geraram ganhos de mais de R \$16,4 bilhões. Transportes aéreos e serviços de alojamento e alimentação tiveram os maiores ganhos no período.

Cerca de 1,2 milhão de viajantes entraram no país com visto de turista até junho; foram 596 mil em todo o ano de 2021, dados de acordo com a Polícia Federal, no período de janeiro a junho de 2022 (Sistema De Tráfego Internacional - STI/ Polícia Federal, 2022). Essas informações, mostram que depois de mais de 2 anos de restrições impostas pela pandemia, o entusiasmo com a retomada do turismo no Brasil é grande. Onde é destacado que serviço de alojamento, foi um dos setores de grande crescimento econômico.

Desta forma, manter um serviço de qualidade é um diferencial no atendimento de muitos hotéis e pousadas instalados nos destinos turísticos, que por sua vez compreende aspectos sobre as diversas atividades dos visitantes, oriundo de outros países ou nacionais, que envolvendo todo o roteiro desses hóspedes, desde a sua chegada a sua partida, onde durante esse processo são analisados: diárias, comodidade, gastos, quais os propósitos da visita, a infraestrutura entre outros.

Esses serviços estão se tornando cada vez mais comuns, o consumidor está mais exigente com os serviços, buscando ter boas experiências, conforto e está ciente a respeito da vantagem competitiva de outros hotéis.

Albrecht (1992) afirma que a qualidade dos serviços é a capacidade que uma experiência ou qualquer outro fator tenha para satisfazer necessidade, resolver um problema ou fornecer benefícios a alguém. Destaca-se que uma boa hospedagem é sempre uma experiência que busca a satisfação e a realização dos desejos dos clientes.

Para Kotler (1998), a satisfação é o sentimento de prazer ou de descontentamento resultante da comparação com o desempenho esperado pelo serviço em relação às expectativas do cliente.

Destaca-se que identificar os requisitos e necessidades do cliente é um desafio, contudo, através desses requisitos é possível oferecer a qualidade esperada. Fatores esses que são muito importantes no momento que se avalia a qualidade de uma organização, todo esse contexto está voltado para o âmbito hoteleiro, para contentar e impressionar os seus consumidores proporcionando a melhor experiência possível para que eles considerem voltar mais vezes.

Porto de Galinhas-PE recebeu mais de 800 mil turistas no ano de 2022 e manteve uma média de 70% de ocupação nos principais hotéis e pousadas do destino. Os estados que mais emitem turistas a Porto foram São Paulo, Minas Gerais, Distrito Federal, Paraná, Goiás, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro, de acordo com dados do Porto de Galinhas Convention & Visitors Bureau (2022).

Com o aumento da taxa de ocupação, a propensão dos hotéis é aumentar cada vez mais seus padrões de qualidade, garantindo assim seu diferencial, fator esse que nos dias atuais é bem mais fácil, pois existem estudos que é possível estimar quais são os principais serviços que os hóspedes apreciam.

Este trabalho tem como objetivo identificar e analisar a qualidade da prestação dos serviços hoteleiros de quatro hotéis da cidade de Porto de Galinhas - PE, baseando-se na percepção dos turistas. Especificando a importância do turismo para a região, além de preponderar a qualidade desses serviços que satisfazem o turista. Foi feita uma análise mediante a óptica do turista perante a qualidade dos serviços hoteleiros ofertados nos hotéis na cidade de Porto de Galinhas. Numa problemática envolvida que se baseia em: Como garantir a satisfação dos hóspedes, nos serviços turísticos dos hotéis em Porto de Galinhas?

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esse capítulo tem como objetivo principal fornecer base teórica ao atual documento, de forma a acrescentar na compreensão do assunto citado. Segundo Paladini (2019) a gestão da qualidade possui característica notadamente estratégica incluindo toda a organização. Ou seja, todas as pessoas, todos os setores, todas as áreas, sua ação transcende a própria organização e tem seu foco em áreas externas a ela.

Assim, será abordado bases teóricas a respeito da qualidade, qualidade em serviços, e qualidade em serviços hoteleiros.

2.1 QUALIDADE

Segundo Gomes (2004), a qualidade é fácil de reconhecer, mas é difícil definir. Ainda de acordo com Reeves e Bednar (1994), não existe uma definição global, e diferentes definições de qualidade surgem em diferentes circunstâncias, tornando-o um fenômeno complexo.

A qualidade é considerada universalmente como algo que afeta a vida das organizações e a vida de cada indivíduo de uma forma positiva (Gomes, 2004). E dependendo do ponto de vista, qualidade pode ser definida de diversas formas: Qualidade como valor; Qualidade como conformação de especificações; Qualidade como conformação a requisitos prévios; Qualidade como ajustamento do produto/serviço para o usuário; Qualidade como redução de perdas; Qualidade como atendimento e/ou superação das expectativas dos consumidores (Reeves; Bednar, 1994).

É possível que não seja fundamental uma definição exata de qualidade, porém é importante seu entendimento por todos os profissionais dentro do processo da empresa, independente do ramo que esta organização atue (Nadler; Tushman, 1994).

Com o crescimento do consumo e do mercado, as empresas viram-se obrigadas a tratarem o assunto com mais cuidado (Oakland, 1994). É comum um produto/serviço ter qualidade para uma pessoa e não ter para outra (Carvalho, 2007). Assim, Soltani *et al.* (2008) aprofunda a análise de Garvin (1992) e conclui que qualidade é um processo contínuo de melhorias.

Meredith e Shafer (2002) enxergam a qualidade como um modo eficaz de produzir com bom preço, a custos baixos, atendendo e satisfazendo as necessidades dos clientes, tornando a empresa competitiva no mercado.

Além disso, a qualidade dos serviços prestados ao cliente, conforme Gueiros e Oliveira (2004). Também está relacionada à qualidade dos recursos humanos que a organização apresenta.

Dessa forma, é possível aprazar que a qualidade continua em evolução de certa forma a ser variável referente a ótica de cada indivíduo. Apesar disso, é um fenômeno que acarreta a melhoria de uma organização e o aumento da competitividade.

2.2 QUALIDADE EM SERVIÇOS

As avaliações da qualidade de serviços apresentam maior dificuldade devido à variabilidade e intangibilidade dos serviços (Parasuraman *et al.* 1985).

Para Arasli *et al.* (2005), a satisfação dos clientes é atingida por organizações que conseguem promover continuamente a melhoria da qualidade dos serviços prestados. A qualidade do serviço é de suma importância para aumentar a fidelidade do cliente (Salanova *et al.*, 2005).

Parasuraman *et al.* (1988) argumentaram que a qualidade percebida dos serviços é um julgamento ou atitude relacionada à superioridade do serviço.

No que toca aos serviços, os seus atributos constituem-se pelas atividades, pelo espaço físico, pelas pessoas e pelos elementos intangíveis oferecidos por uma empresa, que são percebidos pelos clientes como a “estrutura” do serviço (Ferrand *et al.*, 2010)

O crescente reconhecimento de que é mais rentável reter clientes satisfeitos do que estar constantemente a tentar recrutar novos para substituir os que se perderam relaciona a necessidade em medir a qualidade dos serviços (Buchanan E Gillies, 1990; Fornell, 1992, *apud* Oliveira, 2008).

Lewis e Booms (1983) *apud* Benitez, Martin e Roman (2007) definiram a qualidade de serviços como medida e em que a entrega do serviço alcança as expectativas dos clientes.

Os clientes se mostram dispostos a pagar mais por serviços que apresentam maior nível de qualidade e a busca pela qualidade em serviços se torna, assim, necessária para que as organizações se mantenham no mercado (Hu; Kandampullyb; Juwaheer, 2009).

Montecinos *et al.* (2015) enaltecem que a satisfação do consumidor é derivada das expectativas em relação ao serviço utilizado e da confirmação da discrepância e rendimento percebido.

Zeithaml (1988) define a qualidade percebida como o julgamento do consumidor sobre a superioridade ou excelência global de um serviço.

De forma geral, pode-se observar que a qualidade em serviços é flexível, pois depende do serviço ofertado, assim como está diretamente relacionada à percepção do cliente, resultando na competitividade da organização.

2.3 QUALIDADE EM SERVIÇOS HOTELEIROS

A finalidade principal do setor hoteleiro é o fornecimento de hospedagem, alimentação, entretenimento, segurança e bem-estar dos hóspedes (Pereira; Coutinho, 2007).

No Brasil, a definição oficial de hotel foi criada pela EMBRATUR (Brasil, 2002), ela considera uma empresa hoteleira a pessoa jurídica que administra meio de hospedagem e que tenha em seus objetivos sociais o exercício de atividade hoteleira.

Para Holanda e Nascimento (2014), o objetivo dos prestadores de serviços hoteleiros tem sido tornar a hospedagem uma experiência memorável. A hospedagem deve oferecer mais do que uma habitação, é fazer com que o cliente tenha acesso a estruturas confortáveis e se sinta especial através dos serviços oferecidos (Viana, 2017).

Sun e Ayree (2007) afirmam que existe uma grande dificuldade de chegar a uma conclusão a respeito da produtividade da indústria hoteleira devido a diversidade do conjunto de serviços ofertados e a complexibilidade de determinar uma quantidade eficiente de recursos disponíveis.

A disponibilidade, o compromisso, simpatia, atitude cortês e atenção são elementos indispensáveis no atendimento, e deve prevalecer em toda equipe, envolvendo o hóspede num ambiente convidativo e eficaz. (Petrocchi, 2002).

De acordo com Beni (2002), um hotel se diferencia de outros empreendimentos no que tange a interação entre cliente e funcionários, promovendo uma grande importância ao atendimento ao cliente.

No entanto, Ricci (2002) afirma que a qualidade de um hotel dependerá do estado de espírito do cliente. Para Petrocchi (2007, p. 24), a hotelaria tem na qualidade uma premissa “não importa a localização, a proposta ou a dimensão da hotelaria: em qualquer empreendimento a qualidade precisa prevalecer”.

3 METODOLOGIA

A pesquisa científica, segundo Rudio (2011), é aquela em que o pesquisador procura conhecer e interpretar a realidade, sem interferir para modificá-la. Está interessada em descobrir e observar fenômenos, buscando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los.

O presente estudo se classifica como uma pesquisa aplicada, com objetivo exploratório e descritivo. Onde a pesquisa exploratória busca conhecer melhor o assunto, aprimorar ideias e descobrir intuições, quanto à satisfação do cliente nos serviços hoteleiros prestados nos hotéis da praia de Porto de Galinhas-PE. Destacando não só aspectos qualitativos mas também pontos quantitativos em segundo plano, que serão analisados e descritos conforme análise de dados obtidos, quanto às técnicas de coletas de dados, optou-se por questionários e dados secundários. Os questionários foram aplicados a uma amostra não probabilística, por conveniência, esse tipo de amostra é derivado principalmente com base na capacidade do pesquisador chegar a uma amostra específica, neste caso, turistas que se hospedaram em um dos quatros hotéis selecionados da cidade, além de que também foram analisadas algumas informações dos sites de reservas da BOOKING (2022) e TRIVAGO (2022). Vale ressaltar que as informações retiradas do site, foram avaliações feitas por hóspedes dos hotéis que foram analisados. Onde em seguida os resultados foram interpretados e aprofundados.

Foram coletados diversos dados de vários hotéis e pousadas na cidade de Porto de Galinhas, por maior acessibilidade das informações destacamos apenas 4 hotéis, ou seja, de várias respostas e de diferentes tipos de hospedagens, foram selecionados os hotéis que tiveram, um maior índice de respostas, onde os mesmos também se encontram na escala dos 10 melhores hotéis da cidade, de acordo com informações ranqueadas por viajantes, que dispõem suas opiniões nos sites de reservas citados acima. Nesta pesquisa eles serão apresentados como: Hospedagem 1, Hospedagem 2, Hospedagem 3 e Hospedagem 4.

3.1 Método de pesquisa

Um questionário foi proposto para se conectar ao trabalho de conclusão de curso (TCC) do curso superior de bacharelado em administração do Instituto Federal de Tecnologia - IFPE campus Cabo de Santo Agostinho. Através de uma técnica de amostragem não probabilística e não aleatória usada para criar amostras de acordo com a facilidade de acesso. Foi levado em conta a disponibilidade de algumas pessoas para fazer parte desta amostra, onde sendo respondido será avaliado

fatores que contribuem para a satisfação dos clientes diante a prestação de serviços hoteleiros além da contribuição para uma fidelização dos mesmos. Para tanto, vale ressaltar que o foco deste questionário é a verificação dos serviços prestados aos turistas que vêm a passeio , na cidade de Porto de Galinhas - PE.

3.2 Questionário

Para a realização desta análise optou-se pelo questionário como instrumento de pesquisa, baseando-se nas expectativas do cliente em contraponto com a percepção que esse mesmo cliente tem em relação ao serviço que recebeu. A fim de obter o objetivo proposto.

O questionário constitui-se por ser uma forma de reunir dados por uma série ordenada de perguntas preenchidas por escrito e que requereu a presença de um entrevistador. Implica também destacar que a elaboração do questionário foi adaptada do trabalho realizado no domínio desta área: *A Qualidade na Prestação de Serviços Hoteleiros: o impacto da satisfação na fidelização de clientes elaborado por Janice da Silva Jesus (2013)*.

Um pré teste foi aplicado, em algumas pousadas e hotéis da cidade, mas os funcionários não ajudaram na captação das respostas, foi preciso mudar a estratégia, e o questionário foi aplicado nas loja em que uma de nós trabalhamos, que também fica localizada na cidade de Porto de Galinhas - PE, onde também foi observado, que os clientes não tinham muita paciência para responder as perguntas formalmente, então foram realizadas pequenas adaptações conforme a entrevista acontecia. Assim, a entrevista passou a ser realizada de maneira mais descontraída, numa conversa através de uma venda, de um produto e outro, assim foi possível ter um bom resultado.

O questionário é composto por um total de 08 questões, entre elas foram subdivididas em partes para uma melhor compreensão dos resultados. O mesmo foi realizado durante o dia 8 de Setembro até o dia 31 de Outubro de 2022. Foram extraídos um total de 150 respostas presenciais e para obter mais dados sobre os mesmos aspectos foram extraídas 100 opiniões de clientes dos sites de reservas, que ficaram hospedados no mesmo hotel dos entrevistados e no mesmo período de estadia da pesquisa.

Todos os dados que foram informados e retirados a partir dessa pesquisa são confidenciais. Não sendo informado em nenhuma parte do questionário os nomes ou outros dados pessoais dos entrevistados.

3.3 Itens que foram abordados

Durante a pesquisa foram levado em consideração diversos fatores sobre a qualidade dos serviços prestados, destacamos alguns:

- Limpeza dos quartos
- Localização do hotel
- Preço da estadia
- Alimentação oferecida
- Características dos quartos
- Cortesia dos funcionários
- Qualidade dos serviços de forma geral
- Reputação do Hotel
- Estadia (duração e motivo)
- Sexo
- Faixa etária

Deste modo, as questões foram elaboradas para garantir que estes fatores acima fossem abordados com o propósito de atender os objetivos da pesquisa de identificar e analisar a qualidade da prestação dos serviços hoteleiros, baseando-se na percepção dos turistas. As 8 perguntas elaboradas foram objetivas, na qual os entrevistados respondiam presencialmente a cada item, revelando seus principais motivos da estadia naquele determinado hotel da cidade. De maneira clara as perguntas foram feitas para serem respondidas de forma rápida. Na entrevista responderam às seguintes perguntas:

1. Perfil dos hóspedes: sexo e idade
2. O que mais atrai a sua satisfação em um hotel?
3. Qual foi sua percepção, com relação à qualidade e satisfação dos serviços ofertados durante sua estadia?
4. Quantos dias/noites ficou hospedado neste hotel?
5. Qual o principal motivo da sua estadia?
6. Quais as razões que lhe levaram a escolher esse hotel?
7. Fez alguma reclamação de algum serviço do hotel?
8. Se sim, informe qual foi a razão da reclamação e se a mesma foi resolvida.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Em Porto de Galinhas há uma diversidade de tipos de meios de hospedagem, que estão espalhados por toda cidade, para todos os tipos de pessoas e classes econômicas. A grande maioria dos hotéis localizam-se em pontos importantes da cidade, como na BR principal que dá acesso à cidade e na vila local, no centro de Porto de Galinhas. Quatro hotéis foram selecionados para aprofundamento da nossa pesquisa. Instituto Federal de Pernambuco. Campus Cabo de Santo Agostinho. Curso Bacharelado em Administração 22 de novembro de 2023.

pesquisa, além de estarem entre os 10 melhores meios de hospedagem da região, também levou-se em consideração o acesso aos clientes participantes da pesquisa, será apresentado suas características a seguir:

Hospedagem 1- All Inclusive com padrão 5 estrelas de hospedagem e excelência no atendimento, o resort é o lugar perfeito para relaxar e curtir as mais diversas experiências em família. Localizado na praia de Muro Alto, o resort é 100% sustentável, fica de frente para o mar e está inserido em uma paisagem composta por mata atlântica, manguezais, coqueirais e uma piscina natural formada por arrecifes à sua frente. O hotel possui uma área de lazer completa, entretenimento de qualidade para todas as idades, um centro de convenções bem estruturado e acomodações confortáveis. Em meio a toda essa estrutura, os clientes contam ainda com uma boutique de conveniência, salão de beleza, enfermaria e o Tantien SPA, onde é possível desfrutar de diversas terapias corporais, banhos aromáticos e massagens e inclui Wi-Fi gratuito. Cada quarto está equipado com uma televisão de ecrã plano por cabo e ar condicionado. A casa de banho privativa inclui produtos de higiene pessoal gratuitos e um secador de cabelo. As instalações esportivas desse Resort incluem quadras de tênis e futebol, futebol de praia, vôlei de praia e pistas de corrida. Os hóspedes também podem desfrutar dos serviços de massagens do resort.

Hospedagem 2- É um resort 4 estrelas situado entre jardins tropicais à beira-mar fica a 8 km da Praia de Maracaípe, ideal para surfar, e a 47 km do Aeroporto Internacional de Recife. Os quartos coloridos têm TV a cabo, Wi-Fi, frigobar e sacadas/terraços mobiliados com redes para descanso. Os bangalôs têm área de estar e de refeições, sofás-camas, piscinas particulares e/ou banheira de hidromassagem externa no terraço. Serviço de quarto disponível. Entre as comodidades estão três restaurantes, um bar na praia e entretenimento ao vivo. Também há um parque aquático com quatro piscinas externas, três banheiras de hidromassagem e um terraço descontraído. Além disso, o local oferece quadra de tênis, sala de jogos e parquinho para crianças. Café da manhã disponível.

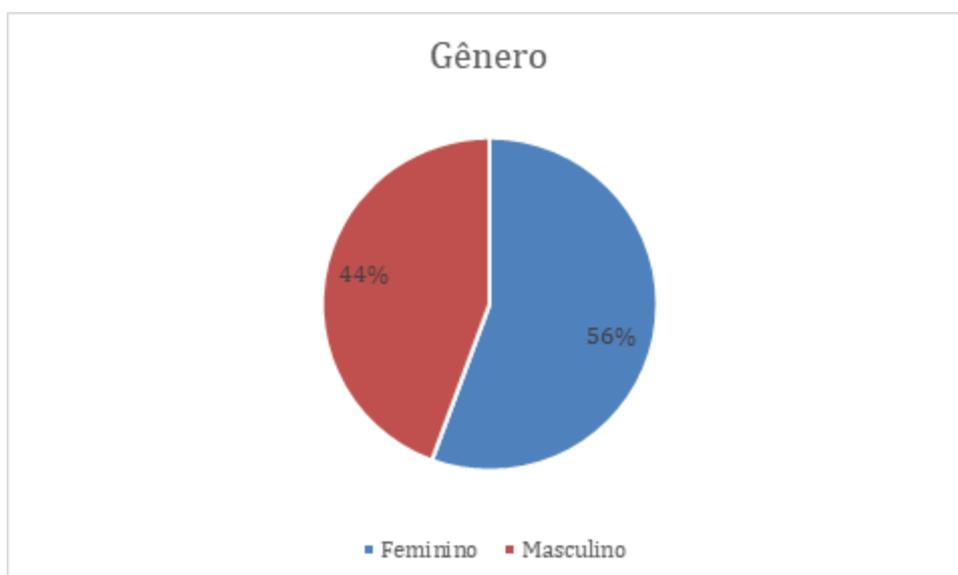
Hospedagem 3- É um hotel de 4 estrelas situado em frente à praia, este hotel tranquilo fica a 2 km do Rio Ipojuca, a 6 km da Praia de Muro Alto e a 11 minutos a pé do ponto de ônibus. Quartos arejados e decorados em cores claras têm Wi-Fi gratuito, TV com tela plana e frigobar. Alguns oferecem banheira de hidromassagem e/ou sacada com rede. Serviço de quarto 24 horas. O café da manhã é servido no restaurante, na área de refeições ao ar livre ou no terraço. Há também três piscinas, sendo uma infantil, e serviço de bar na praia. Outras comodidades incluem uma academia e um playground. Massagens e quadras de vôlei e tênis estão disponíveis.

Hospedagem 4- Resort 5 estrelas, ótimo para passar férias, com uma infraestrutura impecável, um alto padrão de serviços e de atendimento oferecido pelo empreendimento, um resort à beira mar plantado localizado entre Muro Alto e a Vila do Porto de Galinhas, no município de Ipojuca, na praia do Cupe, a 60,2 km do Instituto Federal de Pernambuco. Campus Cabo de Santo Agostinho. Curso Bacharelado em Administração 22 de novembro de 2023.

Aeroporto de Guararapes, no Recife, que tem traslado direto para a resort. Resort all-inclusive à beira-mar, com quartos arejados e informais, têm Wi-Fi, TV com tela plana, frigobar e sacada mobiliada. Há vários restaurantes, incluindo um infantil, além de diversos bares. Outras comodidades incluem parque aquático com rio lento e piscina de ondas, espaço de recreação, entretenimento noturno e karaokê. O resort também oferece spa, academia e parquinho para crianças. Estacionamento disponível.

Ao longo desse tópico são destacados os principais resultados obtidos pelo questionário aplicado presencialmente, com 150 respostas e pelos dados coletados dos sites de reservas, com 100 respostas, onde hóspedes expõem suas opiniões a respeito da sua estadia sobre os hotéis analisados. Ou seja, foi retirado dos sites turísticos as críticas de outros hóspedes a respeito do mesmo hotel dos entrevistados, onde tais avaliações se complementam no mesmo nível das perguntas que foram abordadas no questionário, ressaltando a visão dos turistas quanto aos serviços hoteleiros prestados junto a região de Porto de Galinhas, no período de 8 de setembro até o dia 31 de outubro de 2022, avaliando os aspectos que para os clientes geram maior impacto ou motivação na busca pelos serviços. Desta forma, serão apresentados a seguir os resultados referente ao perfil dos participantes da pesquisa, gênero e faixa etária, assim como, o nível de satisfação quanto aos serviços recebidos.

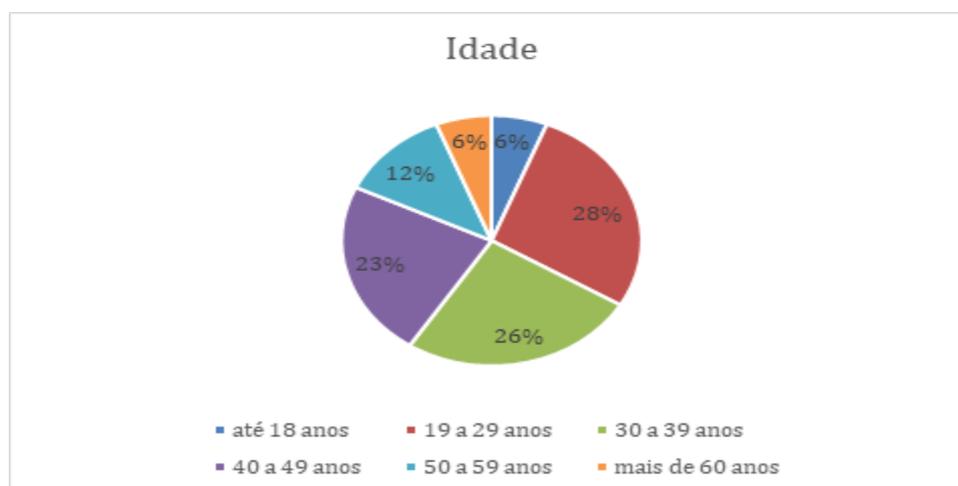
Gráfico 1 – Gênero



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Diante dos dados apresentados pode-se observar que 56% das pessoas que foram analisadas são mulheres, enquanto que 44% são homens. Destacando-se do sexo feminino 111 pessoas (50 - site e 61 - questionário) e do sexo masculino 139 pessoas (50 - site e 89 - questionário). Algo que consolida a visão comercial de que as mulheres são as que buscam mais informações e procedimentos envolvendo ações turísticas, ou mesmo de hospedagem para um determinado período, (Paytour, 2022).

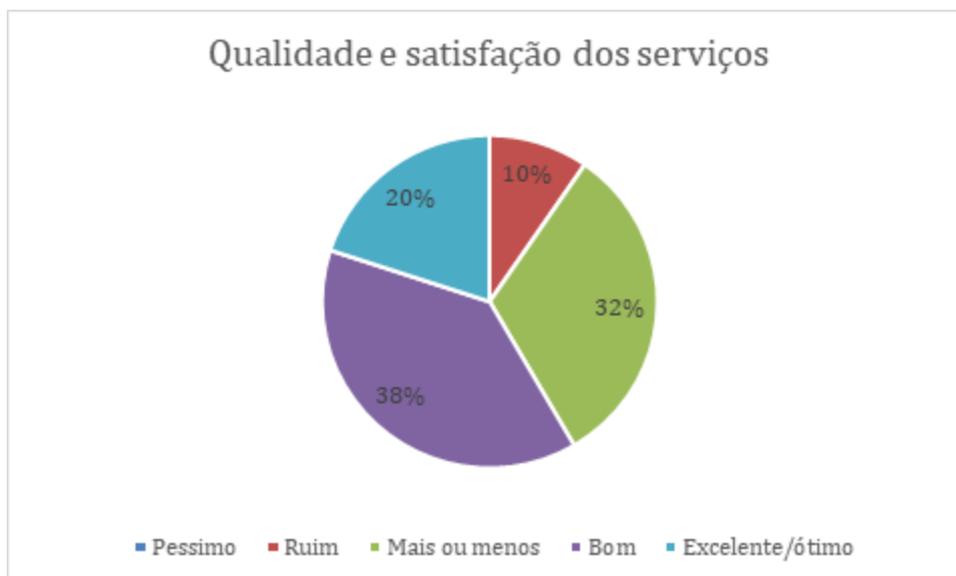
Gráfico 2 – Faixa etária



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Avaliando as informações apresentadas no gráfico acima, pode-se destacar que das pessoas analisadas, 28% apresentam idade entre 19 a 29 anos, enquanto que 26% tem entre 30 a 39 anos, 23% tem idade entre 40 a 49 anos, 11% destacam ter entre 50 a 59 anos. Outros 6% apresentam idades até 18, assim como mais de 60 anos. Ressaltando que 40% das respostas foram dos sites avaliados e 60% foram do questionário aplicado presencialmente.

Gráfico 3 – Qualidade e satisfação dos serviços hoteleiros



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Diante do gráfico apresentado acima, compreende-se quanto ao aspecto de qualidade e satisfação dos serviços que foram prestados aos clientes analisados, 38% destacam como bom (10% - site e 28% - questionário), 32% consideram os serviços como adequado (15% - site e 17% - questionário), já 20% ressaltam que os serviços foram péssimos (10% - site e 10% - questionário), e ainda sobre o processo de qualidade e satisfação dos serviços prestados pelos hotéis, verifica-se que 10% ressaltam que os mesmos foram ruins (5% - site e 5% - questionário). Não houve nenhum aspecto de péssimo nessa avaliação.

De acordo com Souza (2016) os hotéis surgiram como uma forma de conceder aos indivíduos que trabalhavam viajando a oportunidade de ter um lugar seguro e com boas condições para passar um período, assim como uma forma de conceder aos turistas uma oportunidade de realizar uma acomodação boa e de qualidade durante um período, sendo escolhido de acordo com os requisitos financeiros e a localização desejada.

Gráfico 4 – Aspecto de satisfação do cliente



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

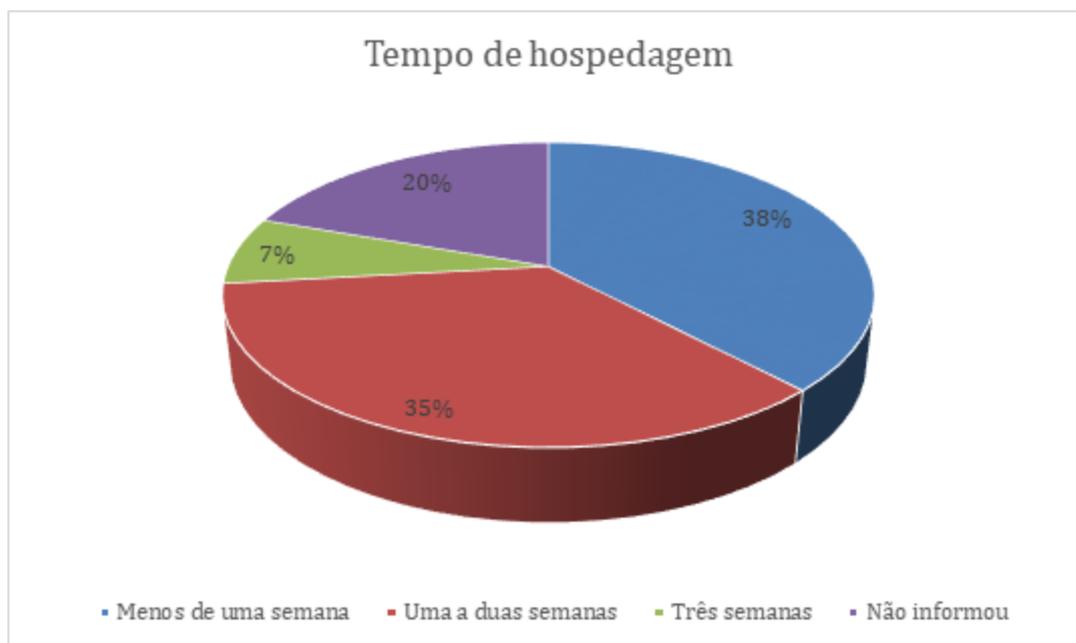
O gráfico acima aborda e evidencia os principais aspectos que geram satisfação junto aos clientes analisados, consolidando aqueles que são primordiais no campo consumidor. Dessa forma, destaca-se 21% (53 pessoas) descrevem as “instalações atraentes” como algo importante, 18% (45 pessoas) destacam “um ambiente como agradável” como aspecto motivador, 15% (37 pessoas) abordam sobre as acomodações (quartos), 10% (25 pessoas) consolidam que as experiências geradas nos hotéis são a base de sua satisfação.

Ainda sobre o gráfico 4, 8% (20 pessoas) das pessoas que responderam ao questionário consideram que o atendimento foi algo importante e positivo, outros 8% (20 pessoas) descrevem os horários de serviços como aspectos de satisfação. Outros 7% (17 pessoas) evidenciam os equipamentos e preços como um fator de satisfação junto aos serviços hoteleiros e 6% (16 pessoas) não responderam.

Um cliente satisfeito consiste naquele indivíduo que contrata determinado serviço, tem suas expectativas atendidas, assim como os serviços são prestados de acordo com suas principais necessidades. Muitas organizações buscam compreender as informações apresentadas pelos clientes, avaliando a melhor forma

de desenvolver o que lhes foi pedido. Souza (2016) considera que promover a satisfação do cliente pode ser uma base muito importante para a consolidação da empresa junto ao mercado, estabelecendo uma relação positiva entre os clientes e as empresas.

Gráfico 5 – Período de estadia junto aos hotéis



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

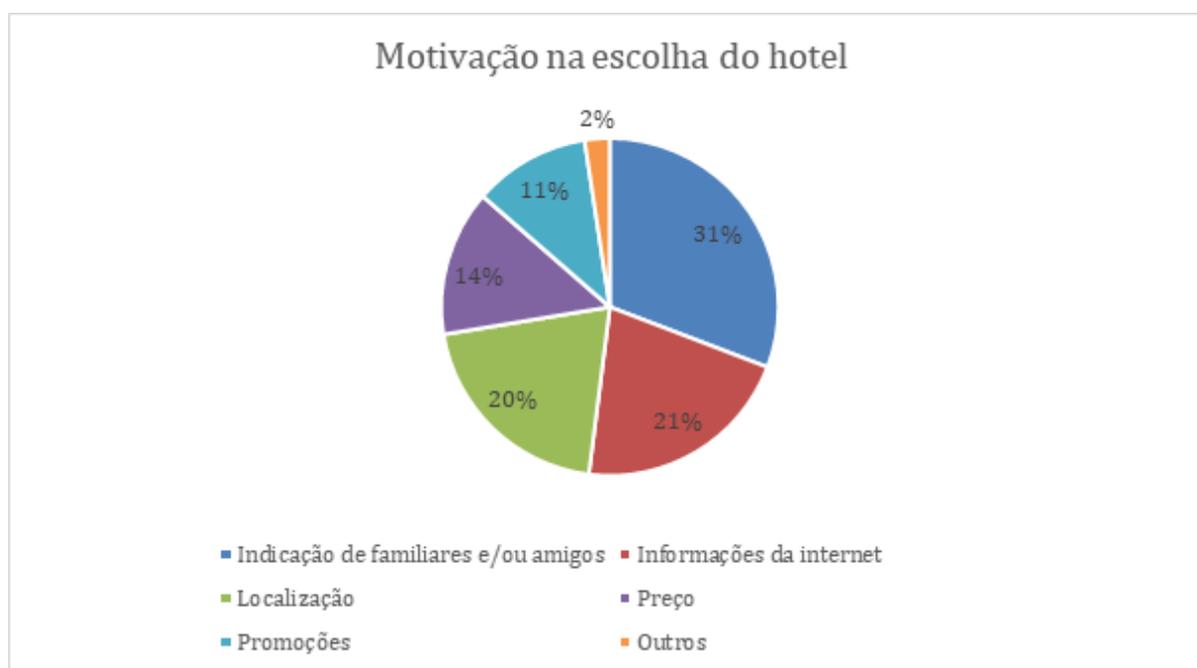
Avaliando as informações apresentadas no gráfico acima, pode-se considerar que 38%, foram 95 avaliações onde 27 retiradas do site e 68 do questionário das pessoas analisadas ficaram menos de uma semana hospedadas, quanto que 35% destacam 88 avaliações, 38 foram do site e 50 do questionário ficou entre uma e duas semanas hospedadas, já 20% onde das 18 avaliações 8 foram do site e 10 do questionário ressaltando ter ficado mais de três semanas hospedadas, enquanto que 7% indica 49 avaliações onde 27 foram do site e 22 do questionário não informou o período de sua hospedagem.

Apesar do desenvolvimento dos procedimentos de qualidade dentro das empresas, alguns ainda necessitam de uma ampliação do seu setor e um aperfeiçoamento dos procedimentos implantados. Sendo verificado que cada vez mais os gestores têm investido nos funcionários e promovido treinamentos ou qualificações para os mesmos, a fim de melhorar ou aprimorar as habilidades deles

dentro da rotina profissional (Dutra, 2019), pois durante o período de hospedagem se estabelece algum tipo de relacionamento com os clientes.

Por conta dessas necessidades de melhorias a gestão da empresa precisa investir recursos na compra de materiais capazes de auxiliar os profissionais do setor de qualidade, assim como procurar desenvolver treinamentos práticos para que os mesmos possam compreender quais serviços e produtos estão em conformidade com o desejado e quais não, visto que quanto maior o tempo de hospedagem mais intenso se torna o relacionamento com os hóspedes. Promovendo esses pontos a empresa pode obter um desenvolvimento positivo não somente do setor de qualidade como dos demais setores, uma vez que treinamento fornecido aos funcionários gera um maior retorno para as empresas (Moesch, 2012).

Gráfico 6 – Motivação na escolha do hotel



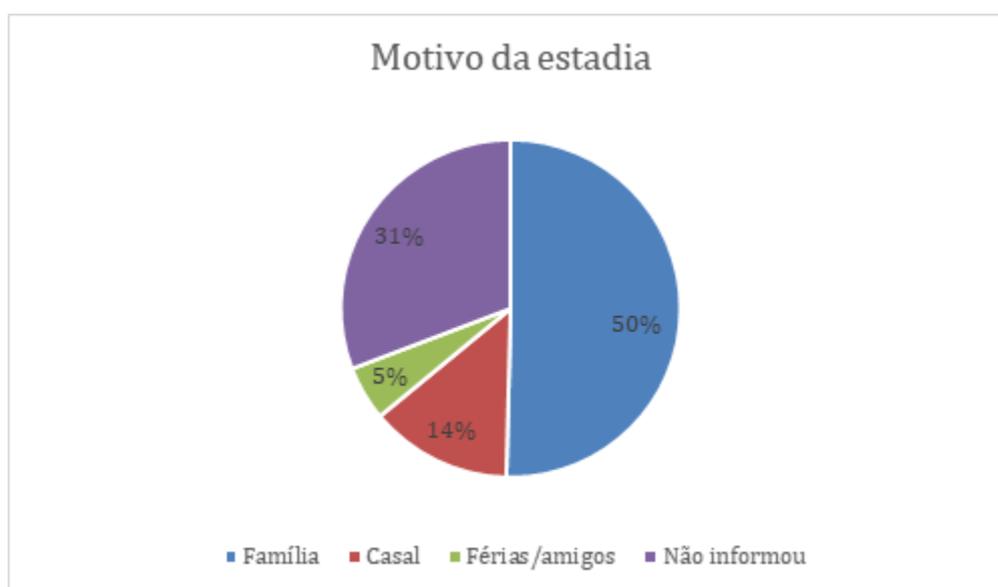
Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

No processo de motivação para escolha dos hotéis, o gráfico acima expressa que 31% das avaliações igual a 77 pessoas, 20 foram do site e 57 do questionário foram indicação de familiares e amigos como ponto motivador, outros 21% das avaliações totalizando 53 pessoas, 14 foram do site e 39 do questionário, informaram ser motivados pelas informações apresentadas ou obtidas na internet, enquanto que

20% onde foram 51 avaliações totais (20 do site e 31 do questionário) destacaram a localização como o principal motivador. Vale destacar que 14% indica 35 avaliações (22 do site e 13 do questionário), considerando assim o preço como um aliado importante na escolha do hotel, enquanto que 11% das avaliações, (28 pessoas (18 foram do site e 10 do questionário) onde evidenciam as promoções no processo motivacional da escolha. E outros indica 3% das avaliações que foram feitas via site.

Diante das informações apresentadas pode-se verificar a importância da propaganda boca-a-boca e de informações na internet sobre a cidade ou à qualidade da estadia e do turismo. É de grande relevância destacar que as pessoas procuram adquirir serviço, por influência de terceiros, de experiência de outras pessoas, onde a partir daí despertam em si um interesse sobre algo/aquilo.

Gráfico 7 – Motivação na estadia



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Diante do gráfico apresentado, pode-se verificar que no processo de motivação para viagem e hospedagem, 50% indica 126 pessoas onde 56 foram do site e 70 do questionário relacionam sua estadia a viagem em família, quanto que 31% indica 77 avaliações, onde 19 foram do site e 58 do questionário, não informaram nenhuma alternativa, já 14% das avaliações totalizando 34 pessoas, 12 foram do site e 24 do questionário classificaram sua estadia como casal, descrevem como algo mais Instituto Federal de Pernambuco. Campus Cabo de Santo Agostinho. Curso Bacharelado em Administração 22 de novembro de 2023.

romântico, para celebrar alguma data comemorativa, como lua de mel, aniversário ou até mesmo para sair da rotina, ainda 5% indica 13 avaliações onde 8 foram do site e 5 do questionário descrevendo as férias como uma razão para estadia ao longo de determinado período.

O serviço é descrito por alguns profissionais como um sentimento ou desejo dos indivíduos, os mesmos buscam obter um retorno de suas expectativas por meio dos serviços contratados. Por conta disso, todas as empresas voltadas para esse segmento devem observar e implantar um setor de qualidade bem eficiente, evitando que seus serviços venham a ser desvalorizados, assim como, evitar uma avaliação negativa perante o mercado. De acordo com Albrecht (2012) trabalhar a qualidade pode ser um procedimento fundamental para o sucesso, diferencial e potencial de um produto ou serviço base da empresa.

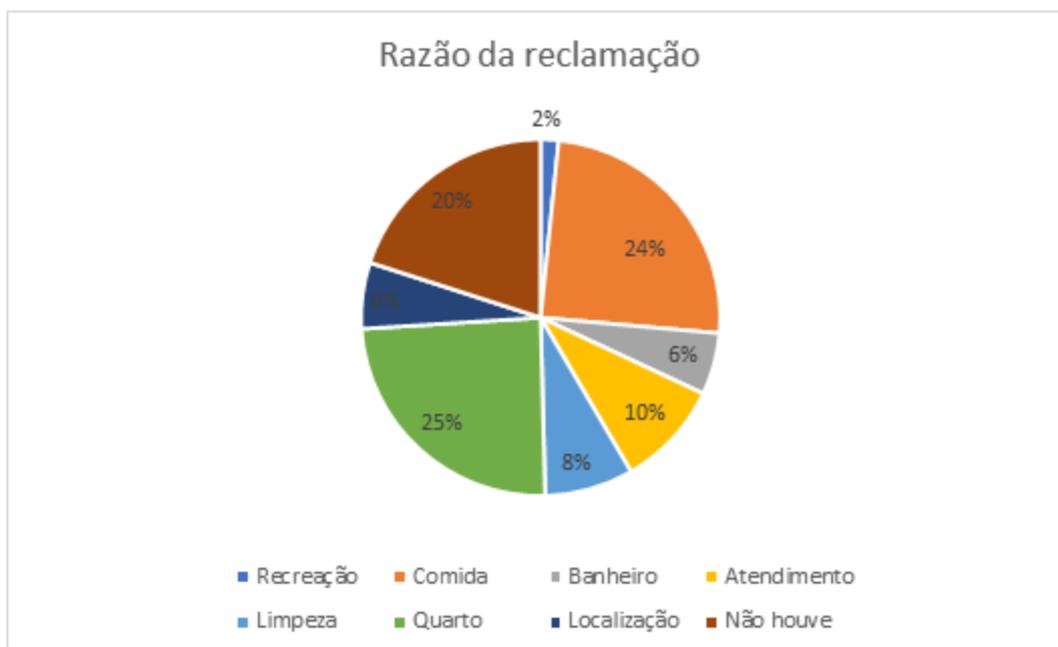
Gráfico 8 – Ocorreu reclamação ao longo da estadia



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Analisando o gráfico apresentado acima, pode-se destacar que 80% dos clientes ressaltam que ocorreram algumas reclamações ao longo do período nos quais ficaram hospedados, enquanto que 20% ressaltam que não ocorreram reclamações quanto aos serviços hoteleiros. Ressaltando assim 89 avaliações do site e 111 do questionário e 50 pessoas não fizeram nenhum tipo de reclamação onde foram 11 do site e 39 do questionário.

Gráfico 9 – O que levou a reclamação



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023.

Tomando por base as informações apresentadas no gráfico acima, pode-se observar que entre os procedimentos que geraram reclamações por parte dos indivíduos entrevistados, destaca-se que 25% as acomodações (quartos), como ponto principal, 24% descrevem a comida, enquanto que 20% afirmaram que não ocorreu processo de reclamação. Ainda sobre as bases de reclamação, 10% tiveram problemas com atendimento, 8% descrevem a limpeza como um ponto de muito incômodo.

Nos últimos anos os procedimentos internos de hotéis têm sido desenvolvidos buscando uma maior qualidade por parte dos profissionais e das acomodações que são ofertadas, existe também um alinhamento muito positivo interno no que se refere aos funcionários e os objetivos traçados por parte dos administradores, algo que promove uma melhoria considerável nos serviços e no atendimento dos hóspedes (Lacerda, 2018)

Gráfico 10 – Reclamações que foram solucionadas



Fonte: Próprio autor, 2023.

Pode-se verificar diante do gráfico que 88,5% das reclamações feitas junto aos hotéis entrevistados foram resolvidas, enquanto que 11,5% das queixas promovidas pelos hóspedes não foram resolvidas. Um ponto importante no ambiente de hospedagem consiste em verificar quais procedimentos precisam ser aliados para que os hotéis obtenham uma melhor qualidade de seus serviços junto aos clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em tudo que foi abordado durante a pesquisa e tendo como finalidade analisar o problema de estudo que, é garantir a satisfação dos hóspedes, nos serviços turísticos dos hotéis em Porto de Galinhas. Foram destacados alguns pressupostos.

Das hipóteses levantadas as que mais tiveram reclamações foram 1- limpeza dos quartos e 2- comida, em todos os hotéis analisados o índice de reclamações desses dois pontos foi unânime. Mais vale destacar que em todos os casos que houve reclamações, das 200 pessoas que reclamaram, cerca de 177 (88,5%) das reclamações foram resolvidas, o que comprova uma observação positiva dos hóspedes. Então pode-se deixar claro que a maioria dos clientes se encontram satisfeitos, e avaliam positivamente os serviços prestados, com ressalvas nas acomodações e na alimentação.

O objetivo deste estudo foi analisar os serviços hoteleiros oferecidos nos hotéis na praia de Porto de Galinhas, mensurando os dados de satisfação dos clientes, de modo a aumentar a qualidade nas atividades ofertadas. Através dos resultados obtidos, foi possível destacar que os hóspedes ficam muito mais satisfeitos com a sua estadia em um local atraente e de boa localização, ambiente confortável e agradável, com quartos organizados e limpos. O cliente sai de férias para descansar e comer bem, que como consequência lhe proporcionam momentos memoráveis. Pois a maioria dos hotéis avaliados são all inclusive, o turista paga um valor alto para ter serviços ótimos. Sendo assim, acredita-se que atraindo os clientes pelo o que eles mais almejam em uma estadia em determinado hotel, pode-se melhorar o nível da avaliação da qualidade dos serviços que são ofertados e garantir sua satisfação, o que implica num resultado final promissor, tanto para o cliente, que irá levar momentos marcantes e também para o hotel, que terá uma avaliação positiva, gerando fidelização desse hóspede e uma boa reputação do local, valorizando o turismo da cidade em geral.

Um fator que dificultou na análise da pesquisa foi, a falta de informações mais específicas dos hóspedes, eles respondiam muito superficialmente, sem entrarem em muitos detalhes sobre sua hospedagem, o que limitou em um número maior de informações. Além da dificuldade por não haver casos de estudos, artigos e textos atuais, as informações encontradas eram muito antigas, algumas até de 20 anos atrás, a mais recente foi do ano de 2018.

Para um aprofundamento melhor em trabalhos futuros, sugere-se uma análise mais abrangente em hotéis da cidade de Porto de Galinhas - PE, onde poderia ser realizada uma análise comparativa dos fatores motivacionais que servem de estudo, preponderando a satisfação e a qualidade dos serviços prestados pela ótica de seus hóspedes, de determinado hotel. Ou seja, um estudo com uma análise em um tipo de hospedagem específica, onde seria possível identificar e analisar a qualidade de todos os serviços que aquele determinado hotel oferece, e qual o nível de satisfação que o mesmo desperta em seus clientes, a partir de cada ponto detalhadamente.

REFERÊNCIAS

ALBRECHT, K. **Revolução nos Serviços: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes**. São Paulo: Pioneira, 2012.

ARASLI, H.; MEHTAAP-SMADI, S.; KATIRCIOGLUS.T. Customer service quality in the Greek Cypriot banking industry. **Managing Service Quality**, v. 15, n.1, p41-56, 2005.

ARASLI ET AL, **Qualidade de serviços na hotelaria: recomendações práticas para desempenho superior**. Brasília, agosto de 2018.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo** .7. ed. São Paulo. SENAC, 2002.

BENI, **Qualidade percebida em serviços de hotelaria familiar de Florianópolis: Um estudo de caso no porto da ilha hotel/ dissertação mestrado/ universidade do estado de Santa Catarina – udesc centro de ciências da administração e socioeconômicas – esag/2014**

BOOKING. **Encontre sua próxima estadia**. Disponível em: https://www.booking.com/index.pt-br.html?aid=2311236;label=pt-br-booking-desktop-9_uvqir24qvA6x6xGiDvCQS652796015463:pl:ta:p1:p2:ac:ap:neg:fi:tikwd-65526620:l p9101400:li:dec:dm;ws=&gad_source=1&gclid=CjwKCAiA9dGqBhAqEiwAmRpTC94IBbHjV_F6rWHEXmO2WHH0is2PqImoCXpicJaPPUpCVtYhSH_RbRoCK2wQAvD_BwE. Acesso em: novembro de 2022.

BUCHANAN E GILLIES, **A qualidade na Prestação de Serviços Hoteleiros: o impacto da satisfação na fidelização de clientes**. Trabalho Título Mestrado/ Escola Superior de Educação/ Instituto de Coimbra/Portugal, 2013.

CARVALHO, **Gestão dos procedimentos operacionais padrão: um estudo de caso em uma instituição hospitalar**. Revista Eletrônica de Administração. (Online) ISSN: 1679-9127v. 18, n.2, ed. 35, p. 312. Porto Alegre, novembro de 2019.

DUTRA, Joel Souza. **Competências: conceitos e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna**. São Paulo: Atlas, 2019.

EMBRATUR. **Qualidade de Serviços na Hotelaria: Recomendações práticas para Desempenho Superior**. 2018

GARVIN. **Percepções dos conceitos de qualidade e gestão pela qualidade total**. Estudo de caso na universidade / Trabalho conclusão de curso/ Universidade Regional de Blumenau/ Blumenau - SC, maio 2010.

GUEIROS, M. G.; OLIVEIRA, L. M. B. **Clientes Internos Satisfeitos Com as Práticas de RH Conduzem a Satisfação dos Clientes Externos? Um Estudo no Setor Hoteleiro.** 28 ENANPAD- ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. Anais... Curitiba, 2004. CD-ROM.ANPAD.

GUEIROS E OLIVEIRA. **Comprometimento organizacional: Um estudo de caso no setor de governança hoteleira.** Trabalho para título de mestrado/ Faculdade Estácio de Sá/ Rio de Janeiro, 2010.

HOLANDA, M.I.A; NASCIMENTO, G.S. Um estudo das novas tecnologias a serviço da hotelaria de Fortaleza-CE. **Revista Ciências Administrativas Fortaleza**, 18 (2), pp. 797-814, 2014.

HOLANDA E NASCIMENTO. **Qualidade de serviços na hotelaria: Recomendações práticas para desempenho superior.** Trabalho Projeto de Graduação/Universidade de Brasília/ Brasília, novembro 2017.

HU; KANDAMPULLYB; JUWAHEER. **Qualidade de Serviços na Hotelaria: Recomendações práticas para Desempenho Superior.** Brasília, agosto de 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico 2000: cartogramas e folhas, descrição e mapas dos setores censitários.** Florianópolis: IBGE; 2002.

LACERDA, R. A. **Gestão hoteleira em pousadas.** Brasília, 2008. 57f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização). Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, Brasília, 2018.

MARTIN E ROMAN, **Qualidade de serviços na hotelaria: Recomendações práticas para desempenho superior.** Brasília, agosto de 2018.

MEREDITH E SHAFER. **Percepções dos conceitos de qualidade e gestão pela qualidade total.** Estudo de caso na universidade / trabalho conclusão de curso/ Universidade Regional de Blumenau/ Blumenau, 2010

MOESCH, M. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2002.

MONTECINOS ET AL. **Qualidade de serviços na hotelaria: Recomendações práticas para desempenho superior**. Brasília 2018.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implication for future research (SERVQUAL). **The Journal of Marketing**, vol. 49, pp. 41-50, 1985.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, vol.64, No. 1, pp. 12-40, 1988.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. **Qualidade de serviços na hotelaria: Recomendações práticas para desempenho superior**. Trabalho Projeto de Graduação/Universidade de Brasília/ Brasília, 2017.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. **Qualidade de serviços na hotelaria: Recomendações práticas para desempenho superior**. Brasília 2018.

PAULO J. P GOMES. **A evolução do conceito qualidade: dos bens manufaturados aos serviços de informação. E A evolução do conceito da qualidade: Dos bens fabricados aos serviços de informação**. Reino Unido, Editora Cadernos BAD 2004 (livro).

PEREIRA, F. F., & COUTINHO, H. R. M. Hotelaria: da era antiga aos dias atuais. **Revista Eletrônica Aboré** , Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo. 3 ed, 2007.

PEREIRA; COUTINHO. **A importância do marketing digital hoteleiro como componente da oferta turística - estudo de caso em gramado**. Trabalho conclusão de curso/ Universidade Federal do Pampa, Campus São Gabriel, 2014.

PETROCCHI, M. **Hotelaria: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2002.

PETROCCHI, Mário. **Hotelaria: planejamento e gestão**. 2. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PETROCCHI, MÁRIO. **Percepção de qualidade de atendimento entre hóspedes e colaboradores, um estudo de caso.** Trabalho conclusão de curso/ Centro Universitário de Brasília. Brasília, 2007.

PETROCCHI, MÁRIO. **A percepção dos turistas de gramado – rs quanto à qualidade dos serviços na hotelaria.** Volume 2, número 1, 2017, p. 17-39. Rio Grande do Sul. 17 de novembro de 2016.

REEVES E BEDNAR. **Percepções dos conceitos de qualidade e gestão pela qualidade total.** Estudo de caso na universidade / Trabalho conclusão de curso/ Universidade Regional de Blumenau. Blumenau: Dialnet, 2010.

RICCI, Renato. **Hotel: gestão competitiva no século XXI: ferramentas práticas de gerenciamento aplicadas à hotelaria.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

RICCI, RENATO. **Qualidade percebida em serviços de hotelaria familiar de Florianópolis: Um estudo de caso no Porto da Ilha Hotel.** Dissertação Mestrado/ UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA – UDESC - CENTRO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO E SOCIOECONÔMICAS – ESAG/2014

SALANOVA M.; AGUT S.; PEIRÓ J.M. Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: the mediation of service climate. **Journal of Applied Psychology**, 90(6), pp. 1217-1227, 2005.

SALANOVA ET AL. **Qualidade de serviços na hotelaria: recomendações práticas para desempenho superior.** Trabalho Projeto de Graduação/Universidade de Brasília. Brasília, 2017.

SOUZA, J. N. S. **O nível de satisfação dos hóspedes em relação ao atendimento no Hotel Pousada da Conquista – Bahia.** UOL. Disponível em: Disponível em: http://artigo científico.uol.com.br/uploads/artc_11_64841163_36.doc. Acesso em: 29 nov. 2016.

SUN, L.Y.; ARYEE, S.; LAW, K.S. High-Performance Human Resource Practices, Citizenship Behavior, and Organizational Performance: A Relational Perspective. **The Academy of Management Journal**, vol. 50, n. 3, pp. 558-577, 2007.

SUN E AYREE. **Qualidade de Serviços na Hotelaria: Recomendações práticas para Desempenho Superior**. Agosto 2018.

TRIVAGO. **Compare hotéis e economize**. Disponível em: <https://www.trivago.com.br/pt-BR/lm/hot%C3%A9is-brasil?search=200-33;dr-20231126-20231127>. Acesso em: Novembro de 2022.

VIANA, P. T. P.A Percepção de Qualidade dos Hóspedes de um Resort Localizado na Ilha de Santa Catarina a Partir da Reputação On-Line no Site TripAdvisor.com. NAVUS - **Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 7, n. 2, p. 26-36, 2017.

VIANA, P. T. P.A. **Qualidade de serviços na hotelaria: Recomendações práticas para desempenho superior**. Trabalho Projeto de Graduação/Universidade de Brasília. Brasília, 2017.