

CONIC-SEMESP

13º Congresso Nacional de Iniciação Científica

Anais do Conic-Semesp. Volume 1, 2013 - Faculdade Anhanguera de Campinas - Unidade 3. ISSN 2357-8904

TÍTULO: ANÁLISE DOS DIFERENTES PERFIS DE CLIENTES EM RELAÇÃO À QUALIDADE DA REDE HOTELEIRA DE SÃO JOÃO DEL-REI

CATEGORIA: CONCLUÍDO

ÁREA: CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

SUBÁREA: ADMINISTRAÇÃO

INSTITUIÇÃO: UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL REI

AUTOR(ES): TUFFY RESGALLA

ORIENTADOR(ES): BEZAMAT DE SOUZA NETO

COLABORADOR(ES): BRUNA CASAGRANDE PINTO

Realização:



Apoio:



ANÁLISE DOS DIFERENTES PERFIS DE CLIENTES EM RELAÇÃO À QUALIDADE DA REDE HOTELEIRA DE SÃO JOÃO DEL-REI

Tuffy Resgalla – (Bolsista- PIBIC/CNPQ/UFSJ)

Bezamat de Souza Neto (Orientador- PIBIC/CNPQ/UFSJ- DECAC)

RESUMO

O presente trabalho buscou realizar uma pesquisa de cunho quantitativo com uma amostra de hóspedes da rede hoteleira da cidade de São João del-Rei, Minas Gerais. Tal pesquisa buscou correlacionar os diversos perfis de hóspedes e suas respectivas avaliações sobre a qualidade dos serviços prestados dos hotéis. O resultado da pesquisa mostrou quais os pontos críticos que foram ressaltados pelos entrevistados, servindo como base de análise de perfil destes, além de uma ótima base para tomada de decisões por parte da rede hoteleira são-joanense e do setor de hospedagem da Associação Comercial da cidade.

1. INTRODUÇÃO

A prestação do serviço é a principal responsável pela percepção do cliente em relação à qualidade do mesmo. Normann apud Gianesi e Corrêa (2008) criou a expressão *momentos da verdade* para simbolizar o momento de contato entre fornecedor do serviço e o cliente. A cada momento em que o cliente entra em contato com qualquer aspecto da empresa fornecedora, é formada a percepção do cliente em relação à qualidade do serviço.

Existem certos momentos da verdade que são críticos ou fundamentais para a percepção do cliente a respeito do serviço prestado. Isto leva o fornecedor do serviço a procurar identificar estes momentos da verdade, para que possa priorizar seus esforços visando gerar uma percepção favorável do serviço para o cliente.

O serviço hoteleiro é intangível, heterogêneo, perecível e simultâneo. Posto isto o estudo visa basear-se na percepção dos clientes para analisar a qualidade dos serviços prestados pelos hotéis de São João del-Rei, e ao final da pesquisa emitir um relatório para que os proprietários dos hotéis conheçam suas falhas, visando uma melhoria contínua nos processos para gerar uma percepção favorável dos serviços prestados ao cliente.

Sabe-se sobre a importância de conhecer o seu próprio mercado e a importância de cada vez mais ter o foco no cliente e em suas necessidades. Uma excelente

ferramenta para conhecer seus clientes e o mercado é através de uma pesquisa mercadológica que possa gerar conclusões úteis para futuras tomadas de decisões por parte do empreendimento.

O objetivo geral da proposta de estudo é pesquisar e analisar a percepção dos clientes em relação à qualidade dos serviços prestados pelos hotéis de São João del-Rei.

Objetivos Específicos:

- Identificar os principais fatores que influenciam a percepção da qualidade por parte dos clientes.
- Verificar, através de questionários, o que os clientes pensam a respeito da qualidade dos serviços prestados pelos hotéis por eles frequentados.
- Criar um banco de dados com as informações coletada, através de questionários, para servir como instrumento para a gestão das informações.
- Compartilhar com os estabelecimentos participantes da pesquisa o(s) resultado(s) encontrado(s), destacando onde os clientes se mostram insatisfeitos, e onde se mostram satisfeitos com os serviços prestados.

2. METODOLOGIA E DESENVOLVIMENTO

Feita a revisão bibliográfica dos principais materiais coletados, relativos ao tema Qualidade em serviços, em um primeiro momento, foi elaborado e aplicado um questionário com os gerentes e/ou proprietários dos hotéis de São João del-Rei, de modo a coletar informações sobre os principais serviços prestados pelos hotéis. Cada responsável respondeu ao questionário individualmente e apontou os principais serviços prestados pelo estabelecimento.

Em um segundo momento, foram analisadas as respostas dadas pelos responsáveis no questionário anteriormente aplicado e, então foi elaborado um survey (questionário quantitativo) para ser aplicado aos hóspedes dos hotéis, com questões objetivas e concisas, de modo a não abrir a possibilidade de que os informantes se dispersassem e gerando informações que pudessem dar conclusões de base estatística.

O questionário abordou a qualidade de três vertentes que juntas totalizaram 27 questões:

- Perfil dos entrevistados;
- Qualidade dos serviços prestados em geral pelo hotel;

- Qualidade dos serviços e estruturas específicas: que foi subdividida em relação à estrutura relativa aos quartos e também relativa aos banheiros.

Cada pesquisado recebeu uma cópia do questionário e respondeu às perguntas individualmente, a fim de preservar a fidedignidade das informações. Este questionário foi elaborado com o intuito de investigar a percepção dos hóspedes dos hotéis de São João Del Rei em relação à qualidade dos serviços prestados pelos mesmos. Os questionários foram aplicados a uma parcela dos hotéis de São João del-Rei, totalizando 12 hotéis participantes. Com uma população máxima, considerando o período de alta temporada, e uma média de 18 quartos por hotel, temos o número de 216 hóspedes. Através do cálculo amostral:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

$$N = \frac{216 \times 20,367 \times 0,95 (1 - 0,95)}{20,367 \times 0,95 \times (1 - 0,95) + 0,0036 \times (216 - 1)} \quad N = 120 .$$

Através de uma confiança de 95% e um erro amostral de 6% obtemos uma amostra de 120 entrevistados.

Foi utilizado como plataforma para este projeto pesquisa, um trabalho já realizado no âmbito desta universidade. Trata-se do trabalho intitulado “Percepção dos clientes em relação à qualidade dos serviços prestados: estudo de caso dos restaurantes de São João del-Rei” realizado por Fernanda Felipe de Oliveira, em 2010. Neste trabalho, de cunho exploratório, foram analisadas as percepções dos clientes dos restaurantes de São João del –Rei em relação à qualidade dos serviços prestados.

3. RESULTADOS

Após a aplicação dos questionários e tabular os dados através de software específico, foi feita uma análise detalhada a respeito do que foi respondido, sendo possível identificar alguns pontos importantes a respeito dos hotéis de São João Del Rei e a respeito dos hóspedes destes estabelecimentos. Em seguida foi realizado um cruzamento dos dados respondidos a fim de obter conclusões mais específicas de acordo com os perfis dos hóspedes entrevistados, podendo assim, servir como base de estratégia e tomada de decisões dos hotéis.

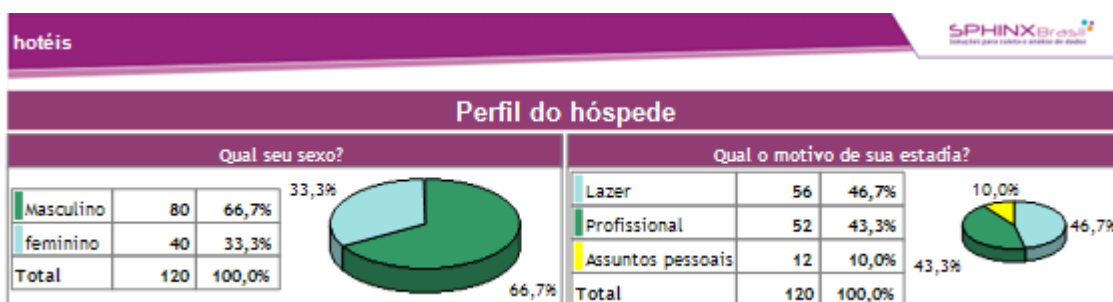
Foram observados elementos essenciais, sob a ótica destes hóspedes, que serão de grande valia para que os hotéis aperfeiçoem cada vez mais seus serviços e os hóspedes se sintam cada vez mais satisfeitos, seguros e confortáveis em seu ambiente de estadia.

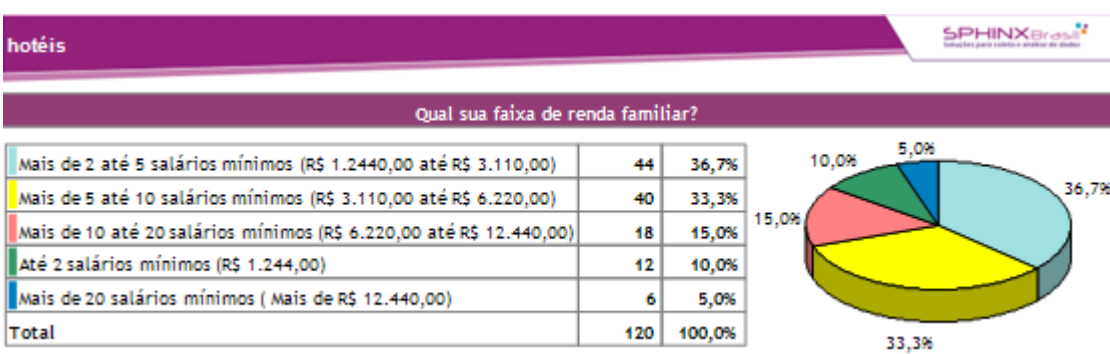
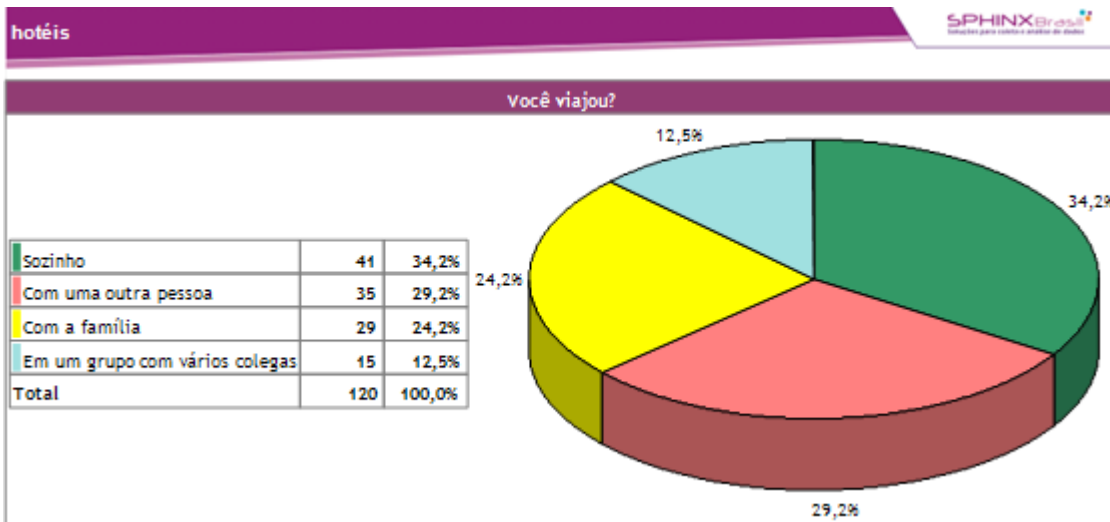
A seguir, são apresentados alguns resultados relevantes para análise, a respeito da percepção dos clientes em relação à qualidade dos serviços prestados pelos hotéis de São João del-Rei.

3.1. Perfil dos Hóspedes

Dentre os hospedes pesquisados, 66,7% são do sexo masculino e 33,3% são do sexo feminino. Poucos entrevistados disseram estar viajando por motivo de assuntos pessoais, apenas 10% da amostra, contra um percentual de 46,7% que declararam estar viajando por motivo de lazer e 43,3% por motivos profissionais. A maioria dos hóspedes viajou sozinho, o que representa 34,2% da amostra, enquanto 29,2% viajou com uma outra pessoa, 24,2% viajou com a família e apenas 12,5% viajou em um grupo com vários colegas.

A respeito da renda familiar, a maioria declarou que a renda de sua família é mais de dois até cinco salários mínimos, totalizando um percentual de 36,7%. Vale a pena observar também os 33,3% que declararam possuir renda familiar mais de 5 até 10 salários mínimos, e os 15% que disseram que suas famílias tem renda de 10 a 15 salários mínimos, dentre outros.





3.2. Qualidade dos serviços prestados

Foram então analisadas as percepções dos hóspedes em relação à qualidade dos serviços prestados pelos hotéis. Os serviços foram classificados em uma escala de 1 a 5. Onde 1 corresponde ao serviço péssimo, 2 ao serviço ruim, 3 ao serviço regular, 4 ao serviço bom e 5 ao serviço ótimo/muito bom/excelente.

Foram analisados 13 serviços gerais prestados pelos hotéis. Entre os serviços analisados estão: cortesia e amabilidade do pessoal, ambiente geral do hotel, café da manhã, garagem, internet, disponibilidade para fazer reclamações, segurança do local, facilidade de acesso ao local, rapidez no check-out, horários para check-out e custo benefício.

GRUPO N° 1				
Reserva, Rapidez_no_check-in, Cortesia, ambiente, café_da_manhã, garagem, internet, reclamações, segurança, localização, check-out, horários, custo_benefício				
	Média	Mín	Máx	Soma
Reserva	4,31	1,00	5,00	517,00
Rapidez no check-in	4,36	1,00	5,00	523,00
Cortesia	4,43	1,00	5,00	532,00
ambiente	4,24	1,00	5,00	509,00
café da manhã	4,09	1,00	5,00	491,00
garagem	4,03	1,00	5,00	484,00
internet	3,91	1,00	5,00	469,00
reclamações	4,33	1,00	5,00	520,00
segurança	4,30	1,00	5,00	516,00
localização	4,16	1,00	5,00	499,00
check-out	4,23	1,00	5,00	508,00
horários	4,13	1,00	5,00	496,00
custo benefício	4,20	1,00	5,00	504,00
Total	4,21	1,00	5,00	6568,00

Amostra total - 120 observações

A figura a seguir mostra a frequência geral com que cada resposta foi dada para os itens citados na tabela 4. O gráfico mostra que a resposta ótimo/ muito bom/ excelente foi a mais citada, seguida de bom, regular, péssimo e ruim.

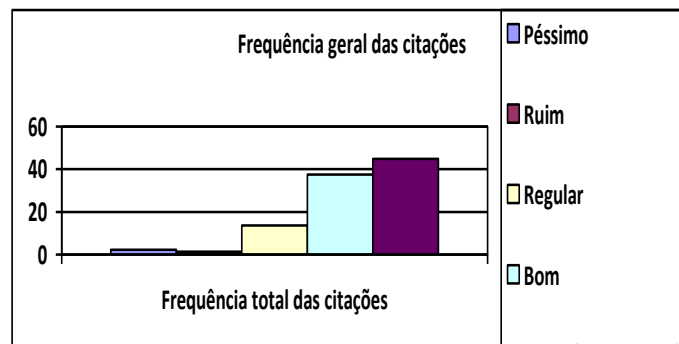


Figura 1 – Frequência geral das citações

3.3. Serviços e Estruturas Específicas

3.3.1 Quartos

Em relação à qualidade dos quartos e apartamentos dos hotéis de São João del-Rei foram avaliados os seguintes quesitos: Estado de conservação, bom funcionamento dos equipamentos, conforto, limpeza e roupas de cama. Nesta etapa do questionário também foi utilizada a escala de 1 a 5.

Estrutura

GRUPO N°2

estado_de_conservação_quarto, equipamentos_quarto, Conforto, limpeza, roupas_de_cama

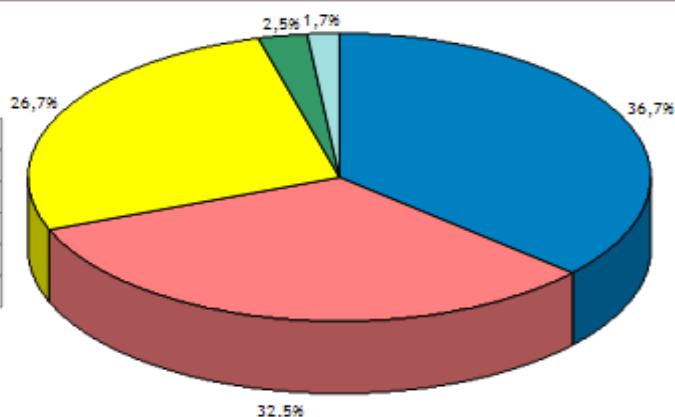
	Média	Mín	Máx	Soma	
estado de conservação quarto	4,03	1,00	5,00	483,00	4,03
equipamentos quarto	4,02	1,00	5,00	482,00	4,02
Conforto	3,94	1,00	5,00	473,00	3,94
limpeza	4,27	1,00	5,00	512,00	4,27
roupas de cama	4,19	1,00	5,00	503,00	4,19
Total	4,09	1,00	5,00	2453,00	4,09

3.3.2 Banheiros

Já em relação à qualidade dos banheiros dos hotéis de São João del-Rei foram avaliados os seguintes quesitos: Estado de conservação, bom funcionamento dos equipamentos, produtos de cortesia, limpeza e roupas de banho. Nesta etapa do questionário também foi utilizada a escala de 1 a 5.

Reportando-se ao seu banheiro, avalie o quesito: Estado de conservação

Ótimo/ Muito bom/Excelente	44	36,7%
Bom	39	32,5%
Regular	32	26,7%
Péssimo	3	2,5%
Ruim	2	1,7%
Total	120	100,0%



Banheiros

GRUPO N°4

Equipamentos_banheiro, Produtos, limpeza_banheiro, roupas_de_banho

	Média	Mín	Máx	Soma	
Equipamentos banheiro	4,10	1,00	5,00	492,00	4,10
Produtos	3,65	1,00	5,00	438,00	3,65
limpeza banheiro	4,18	1,00	5,00	501,00	4,18
roupas de banho	4,09	1,00	5,00	491,00	4,09
Total	4,00	1,00	5,00	1922,00	4,00

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos observar, pelo resultado da pesquisa, que as respostas dos entrevistados se enquadram, em sua grande maioria, nas faixas “Bom” e “Ótimo, Muito Bom e Excelente”. Entretanto, devemos salientar, que para uma qualidade total, devemos sempre trabalhar e melhorar, cada vez mais, os pontos críticos apresentados. Diminuindo, assim, cada vez mais as falhas e erros apresentados no processo seja em produtos ou em serviços, como é o caso deste estudo.

Através do software utilizado, foi possíveis cruzar algumas variáveis, para melhor analisar a pesquisa e conseguir extrair quais os pontos críticos percebidos. A metodologia utilizada para isso foi relacionar a qualidade dos serviços prestados com os diferentes e mais relevantes perfis de hóspedes entrevistados. Pelos perfis também complementarem uns aos outros, foram selecionados quatro perfis, para que houvesse uma análise mais refinada dos cruzamentos. Esses foram “Sexo”: masculino e feminino; e “Motivo da Viagem”: a trabalho ou a lazer. Serão apresentadas à rede hoteleira, para tomada de decisão quanto aos seus serviços e estrutura, as seguintes observações, divididas em perfis de hóspedes.

4.1. *Sexo*

4.1.1. *Feminino*

- A pesquisa mostra que a maioria viaja a lazer (62,5%) e que a sua maioria viaja acompanhada (37,5% com outra pessoa e 27,5% com a família).
- Quanto à qualidade dos serviços, os aspectos críticos mais citados foram a internet, com 3,93 e a garagem com 3,95 num total de 5.
- Quanto à qualidade da estrutura dos quartos e instalações a menor pontuação (não tendo muito destaque) foi o conforto com 3,98.
- Quanto à qualidade dos banheiros, o aspecto crítico que se destaca é o aspecto “produtos” que através de análise se mostram a menor nota da pesquisa (através de nincho do perfil dos entrevistados) com 3,5 em um total de 5, mostrando assim o ponto mais crítico a ser desenvolvido pela rede hoteleira.

4.1.2. *Masculino*

- A maioria dos entrevistados, do sexo masculino, viaja a trabalho, com 52,5%;
- A grande maioria viaja sozinha com 42,5%, seguido de acompanhado com outra pessoa com 25%;
- 70% desse nincho possui renda entre 2 a 10 salários mínimos (40% de 2 a 5 e 30% de 5 à 10)
- O ponto mais crítico quanto à qualidade dos serviços prestados é a internet com pontuação de 3,9 em 5.

- Quanto à qualidade do grupo de banheiro o ponto crítico, como os outros ninchos, são os produtos oferecidos com 3,73. Ressalta-se a diferença do sexo masculino com o sexo feminino de uma pontuação 0,23 maior, exaltando uma maior avaliação crítica das entrevistadas do sexo feminino.

4.2. Motivo da Viagem

4.2.1 A trabalho

- 80,8% dos entrevistados que viajam a trabalho são do sexo masculino
- 61,5% dos que viajam a trabalho, viajam sozinho, acompanhado de 19,2% que viajam com colegas
- A renda desses entrevistados enquadra-se entre 2 a 10 salários mínimos com 78,9% de seu total (48,1% de 2 a 5 e 30,1% de 5 a 10)
- Quanto aos serviços prestados, o ponto mais crítico foi o da internet com uma pontuação de 3,87 num total de 5.
- Quanto à estrutura dos quartos dois aspectos se destacaram como mais críticos: o conforto com 3,9 e os equipamentos do quarto com 3,96, ambos num total de 5.
- Quanto à conservação dos banheiros, o grupo de pessoas que viaja a trabalho foi bem crítica, tendo suas opiniões em “regular” (com 25%) maior que opiniões em “bom” (com 23,1%).
- Em relação aos entrevistados dos quais o motivo de viagem é o trabalho, obtivemos uma pontuação da qualidade dos produtos de banheiro baixa se comparada com os outros aspectos com 3,58 em um total de 5.

4.2.2 Lazer

- Os entrevistados que viajam a lazer, em sua grande maioria, não viajam sozinhos. A maioria viaja com a família, com 46,4%, ou acompanhado de outra pessoa, com 41,1%.
- A pesquisa mostra que os entrevistados que mostraram estar viajando a lazer, em sua maioria, possuem uma renda maior onde, ao contrário dos que viajam a trabalho, os que possuem renda de 5 a 10 salários mínimos são 37,5% e os que possuem renda de 2 a 5 salários são 25%. Destaca-se nessa análise a participação do grande índice de pesquisados de renda maior, de 10 a 20 salários, com uma incidência alta de 23,2%. Mostrando a grande participação de hóspedes de caráter turístico com rendas maiores.
- Sobre os serviços e a estrutura, os pontos críticos se mantêm iguais aos outros ninchos (internet, conforto e produtos de banheiro), entretanto, se destacam outros pontos criticados por esse grupo como garagem com 3,96, café da manhã com 3,98 e estado de conservação dos quartos com 3,98. Esses novos pontos destacados mostram o foco que os hotéis devem ter quanto aos seus hóspedes com maior perfil turístico.

5. FONTES CONSULTADAS

CAMPOS, Luiz Claudio de A. Menescal. Administração de hotéis. *Boletim Técnico do SENAC*; Rio de Janeiro: s.n, v.23, n.2, p.23-33, maio/ago. 1997.

COBRA, Marcos. *Administração de Marketing no Brasil*. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. *Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação*. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COUTO, Boanerges A; BODSTEIN, Luis Carlos. Por que é preciso ter qualidade hoteleira. *Controle da Qualidade*, São Paulo: s.n, n.74, p.64-66, jul. 1998.

DEBESSA, F.N., SOARES, P. H. Determinantes do valor de serviços: uma investigação em restaurantes de São Paulo nos finais de semana. *Revista Álvares Penteado*. São Paulo: s.n, v.5, n.13, p. 89-103, dez. 2003.

DEMO, P. *Metodologia Científica em Ciências Sociais*. São Paulo: Atlas, 1985.

FRIEDRICH, Adriana; QUADROS, Felipe Schaan de; VIEGAS, Nereu. Medindo a satisfação do consumidor nos hotéis de Porto Alegre. *Revista de ESPM*, São Paulo: s.n, v.10, n.3, p.39-54, maio/jun. 2003.

GALE, B. T., WOOD, R. C. *Gerenciando o valor do cliente: criando qualidade e serviços que os clientes podem ver*. São Paulo: Pioneira, 1996.

GIANESI, I. G.; CORRÊA, H. L.. *Administração Estratégica de Serviços: operações para a satisfação do cliente*. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, A. C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo: Atlas, 1999.

IPEDATA. PIB: R\$. Disponível em
<http://www.ipeadata.gov.br/ipeaweb.dll/ipeadata?SessionID=1598489206&Tick=1288827909998&VAR_FUNCAO=SubmeterFormulario%28%27frmMain%27%2C%27Series%3FSessionID%3D1598489206%26Text%3Dpib%26Tick%3D1288827909998%27%29%3B&Mod=M>. Acesso em: 18/01/2012.

_____. PIB: Serviços. R\$. Disponível em
<http://www.ipeadata.gov.br/ipeaweb.dll/ipeadata?SessionID=1598489206&Tick=1288827909998&VAR_FUNCAO=SubmeterFormulario%28%27frmMain%27%2C%27Series%3FSessionID%3D1598489206%26Text%3Dpib%26Tick%3D1288827909998%27%29%3B&Mod=M>. Acesso em: 18/01/2012.

PALADINI, Edson Pacheco. *Gestão da Qualidade no Processo*. São Paulo: Atlas, 1995.

REID, R. D.; SANDERS, N. R. *Gestão de Operações*. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. *Métodos de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas, 2006.