

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE HOTELARIA

GABRIELLA SANTOS RAMOS

INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NA HOTELEIRA:
um estudo de caso do Stop Way Hotel

SÃO LUÍS-MA
2017

GABRIELLA SANTOS RAMOS

**INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NA HOTELEIRA:
um estudo de caso do Stop Way Hotel**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, como requisito final para obtenção do grau de Bacharel em Hotelaria.

Orientador: Prof. Me. Davi Alysson da Cruz Andrade.

SÃO LUÍS-MA
2017

GABRIELLA SANTOS RAMOS

INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NA HOTELEIRA:
um estudo de caso do Stop Way Hotel

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, como requisito final para obtenção do grau de Bacharel em Hotelaria.

Orientador: Prof. Me. Davi Alysson da Cruz Andrade.

Aprovada em ____, Julho de 2017.

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Me. Davi Alysson Da Cryz Andrade
Universidade Federal do Maranhão
Orientador

Prof.^a Me. Ana Leticia Burity
Universidade Federal Do Maranhão
Examinador

Prof.^a Me. Elaine Cristina
Universidade Federal do Maranhão
Examinador

A minha família suporte que vai além das palavras.

AGRADECIMENTOS

Não foi um caminho fácil, muitos obstáculos que poderiam ser considerados cinematográficos. Contudo aqui estamos continuando caminhando com a ajuda de Deus, e do meu Orientador Professor Davi Alysson da Cruz Andrade que superou simplesmente a meta e foi uma mola impulsadora de gás e animo. Agradeço a meus familiares, não poderia deixar de citar minha mãe e irmã por serem verdadeiros despertadores humanos que você respeita. Vocês são demais.

Ao corpo docente do Curso Superior de Bacharel em Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão, por todo empenho e por me transmitir seu conhecimento. As palavras de incentivo e ajuda de Thamyres sou agradecida pela força. Também quero deixar meus agradecimentos Eliziane e Kerliane. Fábio sua compreensão e paciência.

Gostaria de deixar meus sinceros agradecimentos a Girlayne Lima que foi muito solícita e extremamente acessível, que contribuiu com a pesquisa, me recebendo e prestando informações para a construção do trabalho.

RESUMO

De caráter exploratório e qualitativo, o presente trabalho baseou-se em entrevista realizada no Stop Way Hotel, buscando investigar a utilização das novas tecnologias no empreendimento, foi analisada na forma de estudo de caso. Foram verificados os impactos que essas tecnologias causam no hotel e quais são as tecnologias disponibilizadas por ele. As organizações do setor hoteleiro começam a perceber que o consumidor utiliza cada vez mais a internet e busca essa ferramenta entre outras citadas no decorrer do trabalho, ao irem em buscar de um meio de hospedagem. Os resultados obtidos evidenciaram que o uso de tais recursos pode constituir-se um diferencial de competitividade, influenciando, inclusive, no volume de reservas dos hotéis, o posicionamento deste no mercado e aumento da receita.

Palavras-Chaves: **Tecnologia, Internet, Diferencial, Mercado e Impacto.**

ABSTRACT

Of exploratory and qualitative character, the present work was based on an interview, Held at Stop Way Hotel, seeking to investigate the use of new technologies in the enterprise, was analyzed in the form of a case study .We verified the impacts that these technologies have on the hotel and which technologies are available. The organizations of the hotel sector begin to realize that the consumer uses more and more the internet and looks for this tool among others mentioned in the course of the work, when going in search of a lodging medium. The results obtained evidenced that the use of such resources can constitute a differential of competitiveness, including, in the volume of hotel reservations, the positioning of this in the market and increase in revenue.

Keywords: **Technology, Internet, Differential, Market and Impact.**

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização do Hotel Stop Way	32
Figura 2: Fachada do Stop Way Hotel	34
Figura 3: Coffee Shop 24 horas	35
Figura 4: Ficha de Check-in online	36
Figura 5: Site MóBILE do Stop Way	37
Figura 6: Menu no Site MóBILE do Stop Way	38
Figura 7: : UH do Stop Way Hotel	39
Figura 8: Porta da UH	40
Figura 9: Business Center	42
Figura 10: : Recepção do Hotel	43

LISTA DE QUADROS

Quadro 1.....	40
Quadro 2.....	43

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

Embratur Empresa Brasileira de Turismo

Fungetur Fundo Geral de Turismo

FINAME Agência Especial de Financiamento Industrial

OTAs Online Travel Agencies

SUDENE Superintendia do Desenvolvimento do Nordeste

SUDAM Superintendia do Desenvolvimento da Amazônia

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. SURGIMENTO E EVOLUÇÃO DA HOTELARIA.....	14
2.1 Hotelaria no mundo.....	14
2.2 Hotelaria no Brasil.....	16
2.2.1 Turismo de negócios e de lazer.....	20
3 TECNOLOGIA E HOTELARIA.....	21
3.1 Tecnologias na hotelaria	21
3.2 Evolução da tecnologia no setor hoteleiro	23
3.3 Novas tecnologias na hotelaria internacional.....	24
3.4 A Internet no Brasil.....	26
3.5 Internet na Hotelaria.....	27
4 MÉTODO	30
5 ESTUDO DE CASO HOTEL STOP WAY	32
5.1 Caracterização.....	32
5.2 Caracterização das Unidades Habitacionais.....	38
5.3 O USO DE NOVAS TECNOLOGIAS	41
5.3.1 Recepção	42
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS	46
APÊNDICE A	49
ANEXO A	54

1. INTRODUÇÃO

A necessidade natural que os viajantes tinham de se abrigar foi uma mola impulsora para o surgimento de empreendimentos de hospedagens a séculos atrás, ao longo dos anos esse conceito foi sendo refinado e sofrendo influência do tempo, das necessidades, dos avanços tecnológicos para chegar ao que conhecemos hoje. A indústria hoteleira é um importante segmento do Turismo que injeta milhões na economia nacional. O Parque hoteleiro brasileiro ainda está aquém se comparado a grandes polos turísticos internacionais, e o setor hoteleiro maranhense caminhou a passos lentos para acompanhar as mudanças no setor. A capital maranhense possui a maior concentração de meios de hospedagem do estado, de todas as categorias, portes, para atingir todas as demandas.

A empresa hoteleira é suporte básico da infraestrutura turística e elemento essencial para o desenvolvimento do turismo num país. O hotel é uma empresa de prestação de serviço e se diferencia completamente de outros empreendimentos industriais ou comerciais. Enquanto na indústria pode-se planejar, o número certo de equipamentos, instalações e pessoal para um determinado, tipo de produção, o mesmo não acontece com a hotelaria, que fica no aguardo de clientes para pôr em funcionamento seu esquema operacional. O produto hoteleiro é estático, o consumidor deve ir até ele. (BENI, 1998, p.195).

O mercado tecnológico não para de lançar inovações seja em produtos de gerenciamento, comunicação, segurança entre outros, tornando mais atrativo e funcional o setor.

A busca por um diferencial competitivo não requer, uma abordagem radicalmente nova do negócio, muitas das empresas bem sucedidas são aquelas que usam a internet como complemento aos modos tradicionais de competição (PORTER, 2001).

O mercado hoteleiro de São Luís é formado por pousadas, hotéis de pequeno, médio e grande porte, hotéis de rede nacionais e internacionais, concentrados em sua maioria nas áreas que formam o espaço turístico da cidade: centro histórico e praias.

A competição acirrada e a busca por uma fatia no mercado de negócios é mais do que imperativo a busca por diferencial, seja no oferecimento do produto, canais de divulgação, ou na área tecnológica que é assunto a ser discutido nesse trabalho. Além de ser um atrativo diferenciador, a tecnologia vai facilitar o dia a dia no ambiente de hospitalidade. O porte da organização tem sido relacionado com a adoção de novas tecnologias (DELONE, 1981).

De acordo com Gabriela Otto (2016) “para um hotel operar de forma a maximizar ao máximo sua receita, os investimentos em tecnologia precisam ser mais assertiva”. Os avanços no campo da tecnologia ocorrem de forma acelerada e quase ficcional para isso é imperativo entender como esse dinamismo *high tec* influencia a hotelaria e de que forma a torna mais competitiva e atrativa.

O principal objetivo dessa pesquisa é investigar o uso das novas tecnologias no Hotel Stop Way e como estas contribuem no desempenho do empreendimento. Identificando quais tecnologias são utilizadas, descrevendo as principais mudanças que as novas tecnologias têm provocado no meio de hospedagem.

Para que os objetivos sejam atingidos o trabalho foi organizado em 4 capítulos. O primeiro capítulo discorre sobre hotelaria, descrevendo o contexto histórico de seu surgimento no mundo e no Brasil.

No segundo capítulo fazemos um paralelo entre a tecnologia e a hotelaria descrevendo de forma sucinta a tecnologia nas empresas e ressaltando seu papel no setor hoteleiro. Sinalizando alguns casos de alta tecnologia em empreendimentos no Brasil e mundo.

No terceiro capítulo temos a metodologia aplicada, descrevendo o caminho percorrido para a obtenção dos resultados. Finalmente, temos o quarto capítulo onde temos o estudo de caso do Stop Way, onde temos a descrição do empreendimento, sua visão, missão, análise de dados. Seguido das considerações finais e referências.

2. SURGIMENTO E EVOLUÇÃO DA HOTELARIA

2.1 Hotelaria no mundo

Nesse capítulo iremos discorrer sobre a origem da indústria hoteleira no mundo apesar da diversidade de teorias, contudo para muitos autores a origem coincide com os Jogos Olímpicos, que teria sido de imprescindível importância ao desenvolvimento do Turismo Mundial. Na Grécia Antiga, visitantes de várias localidades iam à Olímpia assistir aos jogos olímpicos, competições essas que duravam dias. Considerado um dos mais importantes eventos da época, ele tinha força até mesmo para interromper as guerras em andamento e atrair milhares de pessoas, originando um grande deslocamento de pessoas. (CORNEL, 1982)

É possível que Olimpíadas de fato tenham marcado o início da hotelaria, mas certamente foi à expansão do Império Romano que criou nas pessoas o hábito de se hospedarem em locais diferenciados. Foi também essa expansão do Império que alavancou a construção de várias pousadas ao longo das vias.

O “hotel” teve sua origem em paralelo ao desenvolvimento do comércio entre as cidades. As rotas comerciais na Ásia, Europa e África, na Antiguidade, originaram núcleos urbanos e o consequente surgimento de hospedarias para servir os viajantes que por ali passavam. Na Idade Média, mosteiros também serviram como hospedagem para os viajantes. Hospedar, naquela época, era uma virtude espiritual e moral. (CORNEL, 1982)

O termo *hostellum* começou a ser utilizado para designar palacetes onde reis e nobres se hospedavam na época do Império Romano. Porém, os primeiros registros de hospedagens no mundo vêm do século VI a.C., com comerciantes que ficavam em casas ou quartos de outras pessoas quando viajavam entre a Europa e o Oriente. As estâncias hidrominerais da Antiguidade também foram fundamentais para o surgimento da hotelaria: a crença nas propriedades terapêuticas e curativas de suas águas levava pessoas a procurar tais locais.

Essas temporadas de tratamento estimularam a criação de locais para acomodar os visitantes. Posteriormente, com a instituição da Monarquia na maioria dos países da Europa, os próprios palácios desempenharam o papel de hospedagens, sempre no contexto de cortesia.

A hospedagem, como atividade financeira, surge somente no final do século XVIII com a Revolução Industrial e o desenvolvimento do capitalismo. Após a Segunda Guerra Mundial, nos países desenvolvidos, houve um grande crescimento econômico e, por consequência, a ampliação da renda da população, o que acarretou um grande aumento no número de viajantes.

Por volta do ano de 1407, a França passou a exigir mais segurança e registro dos hóspedes. Em meados de 1561, a cobrança de tarifas foi regulamentada. De 1750 a 1820, na Inglaterra, serviços como limpeza e alimentação passaram a ser vistos como atrativos para novas hospedagens. (Oliveira e Secudino, 1992 apud Pinheiro, 2002, p.25).

A grande pioneira no desenvolvimento da Hotelaria, a Europa, com destaque para Inglaterra e a França, com o tempo se viu ultrapassada no que diz respeito à qualidade e modernização, perdendo aos poucos a sua supremacia para a nova potência que surgia no final do século XIX e início do XX, os Estados Unidos. Um dos últimos marcos da história da hotelaria no século XIX foi a construção, em 1870, do primeiro estabelecimento hoteleiro em Paris, considerado o início da hotelaria planejada. As inovações foram o banheiro privativo em cada quarto e a uniformização dos empregados. O pioneiro foi o suíço César Ritz. Porém, com estudos mercadológicos e de aperfeiçoamento no atendimento, os Estados Unidos passaram a ser a nova referência da Hotelaria Mundial. No final do século XIX, a expansão da economia norte-americana provocou aumento no turismo de negócios e no de lazer. (Cosme dos Santos, 1991).

O conceito de apartamentos *"double"* e *"single"*, bem como a disponibilização de utensílios para higiene pessoal e sabonete cortesia, remonta ao ano de 1829, numa iniciativa do *"TremontHouse"*, de Boston, considerado o maior e mais caro hotel da época. O modernismo tem seu início em 1908, com a inauguração do *"Statler Hotel"* em Búfalo. Na década de 50, surgiram nos Estados Unidos os motéis, que se multiplicaram rapidamente, fazendo concorrência com os hotéis.

Com o passar do tempo, houve uma incorporação dos motéis pela associação norte-americana de hotéis, o que possibilitou a aproximação dos dois segmentos. O *"Statler Hotel"* em Búfalo foi um marco para a história como o primeiro hotel comercial moderno. Além de incorporar todas as técnicas anteriormente

conhecidas, introduziu inovações como portas corta-fogo protegendo as escadarias principais, fechaduras em todas as portas (porém com a maçaneta abaixo do tambor da chave), interruptor de luz ao lado das portas de entrada nos ambientes, banheiro privativo para cada apartamento, água corrente, espelho de corpo inteiro em todos os quartos e jornal matutino gratuito para os hóspedes. Statler criou, ainda, um slogan que contribuiu muito para o marketing do seu hotel: "*A room and a bath a dollar and a half*". (Um quarto e um banheiro por um dólar e meio).

A década de 30 marcaria a grande depressão e o pior período para a hotelaria norte-americana. Conforme informa Duarte (1996, p. 13): nesse período, 85% das propriedades hoteleiras fecharam suas portas ou ficaram sobre intervenção judicial.

A segunda guerra mundial aqueceu grandes negócios eram feitos principalmente no que se diz respeito à indústria bélica e de suprimentos. Milhares de americanos foram convocados para a guerra e outros milhares se deslocavam de suas casas em função dos negócios. A falta de mão de obra qualificada neste período repercutiu nos padrões de qualidade e eficiência dos hotéis. Apesar disso, a procura por apartamentos era muito grande, resultando na construção de um maior número de hotéis.

O Século XX foi de grande desenvolvimento para o setor hoteleiro nos EUA, excluindo os períodos da primeira guerra e da grande depressão. As grandes redes hoteleiras se expandiram não apenas nos Estados Unidos, mas em todo o mundo, com o compromisso de manter a qualidade e a eficiência, seguindo sempre o mesmo padrão.

2.2 Hotelaria no Brasil

No Brasil, a atividade hoteleira começou logo no período colonial, os viajantes hospedando-se nos casarões das cidades, nos conventos, nas grandes fazendas e, principalmente, nos ranchos à beira da estrada. A chegada da corte real portuguesa ao Rio de Janeiro em 1808e, posteriormente, a abertura dos portos levaram a um aumento do fluxo de pessoas, fazendo com que casas de pensão, hospedarias e tavernas abrissem suas portas aos viajantes. (RONÁ, 1999)

As cidades do Rio de Janeiro e São Paulo no século XVIII figuram como marco da hotelaria no Brasil foi também nesse século que Charles Burton fez a primeira classificação das hospedarias paulistas. Adotando como critério a divisão em 5 categorias, que iam desde "simples pouso de tropeiro" (1º categoria) até hotéis (5º categoria). 1ª Categoria Simples pouso de tropeiro. 2ª Categoria Telheiro coberto ou rancho ao lado das pastagens. 3ª Categoria Venda correspondente a "pulperia" dos hispano-americanos, mistura de venda e hospedaria. 4ª Categoria Estalagens ou hospedarias. 5ª Categoria hotéis de acordo com DUARTE (1996, p.16).

Segundo Castelli (1992), citado por Popp (2007, p.9).

O hotel é um estabelecimento comercial de hospedagem, que oferece aposentos mobiliados, com banheiro privativo, para ocupação iminente ou temporária, oferecendo serviço completo de alimentação, além dos demais serviços inerentes à atividade hoteleira.

Iremos utilizar o conceito mais amplo, os meios de hospedagem e não somente a tipologia Hotel, que de acordo com o artigo 23 da Lei nº 11.771/2008:

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária.

No início do século XX, a escassez de hotéis levou o Governador do Rio de Janeiro a criar o Decreto-Lei nº 1.100, de 23 de dezembro de 1907, que isentava de impostos municipais, por sete anos, os cinco primeiros hotéis que se instalassem na cidade. Em 1908, foi inaugurado o primeiro grande hotel na cidade: chamava-se *O Avenida* e possuía 220 apartamentos.

Somente a partir da década de 30 do século XX começaram a serem instalados os hotéis de grande porte. Sua ocupação era promovida pelos cassinos que funcionavam nas mesmas instalações. Porém, com a proibição dos jogos de azar, em 1946, muitos hotéis fecharam suas portas.

Em 1922, o potencial e vocação da cidade do Rio de Janeiro para o turismo se intensificaram com a inauguração do "Hotel Glória", até hoje um dos maiores hotéis do Brasil, com 700 apartamento.

A partir da década de 30, a expansão continua, através da implantação de grandes hotéis nas capitais, estâncias minerais e nas áreas de apelo paisagístico. Já na capital paulista, somente a partir da data de 1870 é que alguns meios de hospedagem passaram a merecer destaque como: Hotel Paulistano, Hotel do comércio, Hotel Universal, Hotel Providência, Hotel Quatro Estações entre outros. Nesse início da Hotelaria no país percebemos nos meios uma forte influência europeia, tanto nos conceitos como nas próprias construções. Se considerarmos o século XVIII o período que assinala a origem do setor hoteleiro no país, podemos também enfatizar que o século XIX foi o de estagnação.

A escassez de novos empreendimentos era notória especialmente na cidade do Rio de Janeiro. O século XX, por sua vez, foi marcado por grande expansão e revolução para o setor. Em São Paulo o grande impulso foi a construção da São Paulo Railway e o grande marco foi a construção do Hotel Esplanada e do Hotel Términus, com mais de 200 quartos, localizado na atual Avenida Prestes Maia, onde hoje está o edifício da Receita Federal. Posteriormente, em 1923, surge o então moderno Hotel Esplanada, ao lado do Teatro Municipal. Com seus 250 apartamentos, requintado hall de entrada todo de mármore Carrara, três luxuosos salões-restaurantes, salão de chá, consagrou-se na época como ponto de encontro da elite paulista.

Com a criação da EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo) e do Fungetur (Fundo Geral de Turismo), retornaram os incentivos fiscais, promovendo nova ascensão do ramo. Nos anos 60 e 70, inicia-se a chegada de redes hoteleiras internacionais, marcando uma nova fase da hotelaria brasileira.

A EMBRATUR viabilizou a aprovação de inúmeros projetos ligados ao segmento de turismo e hotelaria. Essa fase de expansão coincidiu com a disponibilidade de financiamento de longo prazo (EMBRATUR, FINAME, etc.) e incentivos fiscais (SUDENE, SUDAM) para a construção de hotéis. As linhas de crédito oferecidas tornaram-se bastante atrativas, tanto em moeda nacional como em dólar. Como resultado, as empresas hoteleiras nacionais praticamente dobraram a sua capacidade, enquanto outras de origem internacional aqui também se instalaram. Esta década marca, enfim, o surgimento dos primeiros grandes hotéis existentes no país, principalmente nas cidades onde havia um misto de negócios e turismo, como Salvador e Rio de Janeiro.

Com o fim dos financiamentos de longo prazo e dos incentivos fiscais, a indústria hoteleira já não podia manter o ritmo de crescimento da oferta de novos hotéis, como ocorrera nos anos 70. E todos esses fatores reunidos, levaram ao surgimento do fenômeno dos apart-hotéis ou flat services, um produto desenvolvido para atender à nova realidade do mercado, oferecendo ao setor de construção a oportunidade de um negócio novo, seguro e viável. Os pequenos e médios investidores puderam então participar de empreendimentos hoteleiro-comerciais, com investimentos baixos e um retorno atrativo do capital.

No início do Governo Collor, o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) começou a oferecer uma linha de crédito especial para a construção de hotéis. Apesar de apresentar condições (prazo e juros) significativamente desfavoráveis em relação às fontes de financiamento de hotéis no exterior, muitas propriedades hoteleiras foram financiadas pelo BNDES.

Com a implantação do Plano Real, a indústria hoteleira foi ainda mais beneficiada. A estabilidade econômica do país gerou um grande interesse dos investidores institucionais, principalmente dos Fundos de Pensão e de outros investidores atraídos pela possibilidade de bons retornos sobre o capital aplicado na construção de novos hotéis.

De acordo com Aldrigui (2007):

Se comparada à evolução da hotelaria mundial com a do Brasil, nota-se que no Brasil, essa evolução aconteceu com muito mais rapidez. Em cerca de 150 anos. Os meios de hospedagem passaram de acomodações rústicas e sem qualidade a grandes complexos hoteleiros conhecidos mundialmente.

Outro ponto a salientar que contribuiu com que a hotelaria brasileira mudasse, foi à entrada das redes internacionais no Brasil, em 1970. Elas trouxeram padrões de qualidade, serviço e inovações tecnológicas, fazendo com que os hotéis menores e de administração familiar se adequassem à qualidade de serviço e produto, guardada a sua proporção de tamanho, e a sua classificação. (CHON et al SPARROWE, 2003).

2.2.1 Turismo de negócios e de lazer

Vale levar em consideração discorrer sobre esses dois segmentos de Turismo, pois eles são os mais praticados na capital maranhense. E o turismo de lazer é o principal público do objeto de estudo desse trabalho.

Turismo é a atividade que envolve diversas áreas como o objetivo de prestar um serviço para alguém que possui um desejo ou uma necessidade.

Conforme explica Andrade, (1997, P. 73):

Turismo de negócios é o conjunto de atividades de viagem, de hospedagem, de alimentação e de lazer praticado por quem viaja a negócios referentes aos diversos setores da atividade comercial ou industrial ou para conhecer mercados, estabelecer contatos, firmar convênios, treinar novas tecnologias, vender ou comprar bens ou serviços.

O cliente corporativo, conhecido também como cliente empresa, possui algumas particularidades, ressaltadas por Giuliani (2004) quando menciona que os executivos precisam se reciclar, buscando novas tecnologias, mercados e parceiros através das viagens, utilizando hotéis de padrões superiores e gastando de três a quatro vezes mais do que um turista comum. Ansarah (2000) completa dizendo que o objetivo dessas viagens pode abranger reuniões de Trabalho, fechamento de contratos ou mesmo participação em eventos.

Como foi exposto por Camargo (2001) nem tudo o que é turismo se reduz ao lazer e vice-versa. Por mais que alguns autores tentem sobrepor, ou mesmo reduzir, um fenômeno o outro, é necessário entender que ambos se recortam mutuamente, possuindo um núcleo comum, mas conservando subáreas autônomas. Sendo assim, o lazer não se limita a viagens. Ele pode ser vivenciado de diversas formas, sendo o turismo uma de suas possibilidades. O lazer inclui a fruição de diversas manifestações culturais como o jogo, a brincadeira, a festa, o passeio, a viagem, o esporte e também as formas de arte (pintura, escultura, literatura, dança, teatro, música, cinema), dentre várias outras possibilidades.

Além de incluir o ócio, uma vez que esta e outras manifestações culturais podem constituir, em nosso meio social, notáveis experiências de lazer (GOMES, 2004).

3 TECNOLOGIA E HOTELARIA

3.1 Tecnologias na hotelaria

O grande impulso da atividade hoteleira moderna acontece junto à evolução tecnológica, iniciada com a Revolução Industrial e a expansão do capitalismo, entre o final do século XVIII e início do século XIX na Europa, se arrastando por todo o mundo movimentando a vida social, econômica, política e cultural dos países ao redor do globo, com consequências nos mais diferentes setores e instituições, como por exemplo, os meios de transporte e os meios de comunicação. Essas transformações socioeconômicas ocorrem também com o setor hoteleiro.

Os investimentos nos hotéis se fizeram necessários, como uma forma de promover melhorias, bem como conquistar um número maior de clientes. Dentre os investimentos, cita-se o emprego da tecnologia. A incorporação dos recursos tecnológicos como mecanismo de facilitação e agilização de processos hoteleiros é recente, sobretudo porque a tecnologia é um recurso da era moderna.

Um sistema tecnológico automatizado permite o hóspede interagir com os serviços hoteleiros através de interfaces inteligentes. Os usuários já denominam os equipamentos inteligentes de “hotéis do futuro”. Embora já seja uma realidade e uma prática de muitos estabelecimentos, nem sempre os equipamentos utilizaram a tecnologia a seu favor.

Conforme afirma Holanda (2012):

A hotelaria se apresenta de diversas formas: dos hotéis econômicos aos de alto padrão, dos hotéis de lazer aos executivos, dos urbanos aos rurais, dos hotéis de saúde aos hospitais de luxo e, finalmente, dos albergues aos hotéis inteligentes. Quanto ao segmento econômico, nos hotéis simples, o maior fator de diferenciação é o preço; em contrapartida, para aqueles cujo foco é a classe com maior poder aquisitivo, o fator é o emprego da tecnologia.

Os investimentos tecnológicos vêm se tornando um recurso cada vez mais empregado na tentativa de surpreender o hóspede. Segundo Nacif (2011, p.42), ficou mais evidente nos hotéis econômicos americanos na década de 1990, e o intuito era proporcionar maior conforto, segurança e aumentar o grau de

personalização dos serviços. O autor complementa que: As inovações tecnológicas vêm sendo cada vez mais utilizados como diferencial competitivo na busca da fidelização dos clientes, não é mais uma questão de evolução, mas de sobrevivência no mercado.

As grandes transformações da indústria hoteleira afetam tanto a estrutura empresarial quanto a concepção de negócios, constituindo-se num elemento essencial da infraestrutura. (BENI, 1998; LAGE & MALONE, 2000).

A adoção de determinada tecnologia pode ser uma forma de agregar valor de fortalecer a posição competitiva de uma empresa como diferencial competitivo. Porter (2001) cita a necessidade de serem criadas novas armas para competir, incluindo a tecnologia como força para aumentar a competitividade. Agregar valor aos serviços aos serviços tradicionais é preponderante para sobrevivência no mercado.

Valls (1996) afirma que:

A tecnologia atual modifica drasticamente a relação existente entre produtos e serviços turísticos com os clientes. As informações que fluem através dos novos meios de comunicação são objetivas, instantâneas e completas, com isto o turista evita o embaraçoso e lento processo de busca e seleção de informações em diversas fontes.

Os meios de hospedagem devem avistar as mudanças como oportunidades de mercado e não como ameaça. Eles devem estar preparados para oferecer informações personalizadas para atender às necessidades de cada cliente. No mundo dos serviços, qualidade não significa necessariamente luxo, supprassumo ou sofisticação. Um serviço atinge seu nível de excelência quando corresponde à demanda de seu mercado-alvo (HOROVITZ, 1996). O Mercado tecnológico não para de lançar de inovações em produtos de segurança, gerenciamento, comunicação, lazer.

A automação ou o uso de novas tecnologias vem se impondo e se manifesta de diversas formas. Os hotéis denominados inteligentes empregam os recursos tecnológicos em diversos setores e justificam a necessidade devido às seguintes razões: o público está viciado em apetrechos tecnológicos e na facilidade proporcionada por esses mecanismos, e os executivos atribuem muita importância à tecnologia.

Organização, limpeza, funcionários prestativos e educados, preços atraentes e até boa localização já não são os únicos fatores que influenciam o hóspede a escolher um local para se acomodar. Afinal, conforto não abrange apenas a qualidade das acomodações, mas também o uso da tecnologia para hotéis.

Ter uma conexão Wi-Fi veloz também é um fator que cativa o cliente. Mas ainda é necessário contar com outros recursos tecnológicos que tornem a estada um momento inesquecível, fazendo o hóspede avaliar positivamente o estabelecimento e indicá-lo para amigos e parentes.

3.2 Evolução da tecnologia no setor hoteleiro

Ao optar por fazer uma reserva em um hotel, pousada, hostel e afins o hóspede leva em consideração diversos aspectos não somente o valor da diária ou localização, mas existe um leque de possibilidades relacionado às tecnologias que o cliente analisa antes de confirmar sua reserva no meio de hospedagem.

Guimarães (2008, p.07) afirma que “atualmente, qualquer ponto do planeta é alcançável em, no máximo, duas dezenas de horas. A Terra ‘encolheu’ e o homem agigantou-se.”

As tecnologias tornam o mundo mais rápido e menor. Isso porque é possível estar em diversos lugares do mundo em apenas algumas horas, podemos conversar através da internet com áudio e imagem ao vivo com outra pessoa em qualquer parte do mundo. Isso tem grande relevância para a comunicação, pois acarreta em um aumento considerável na troca de informações entre as pessoas.

Para Beni (2003), o hotel se diferencia dos outros ramos comerciais em alguns aspectos:

O hotel é uma empresa de prestação de serviços e diferencia-se completamente dos outros estabelecimentos industriais e comerciais. Enquanto na indústria pode-se planejar o número certo de equipamentos, instalações e pessoal para um determinado tipo de produção, o mesmo não acontece com a hotelaria, que fica no aguardo dos clientes para pôr em funcionamento seu esquema operacional. O produto hoteleiro é estático. O consumidor deve ir até ele. Já as empresas industriais ou comerciais fazem chegar o produto até o cliente. Os custos do esquema operacional hoteleiros são fixos. A empresa hoteleira, quando comparada a outros tipos

de empresa, é menos propensa a automação, pois o tratamento pessoal e o calor humano faz parte essencial da prestação dos serviços hoteleiros.

O mercado consumidor passou a exigir um tratamento individualizado, fazendo com que as empresas, entre outras medidas, diminuíssem o ciclo de desenvolvimento de novos produtos. Para conseguir isso, empresas têm adotado as mais variadas estratégias para o processo de inovação, buscando escolher o projeto certo e manter-se em vantagem competitiva, uma vez que esta é temporária. (FINE, 1999).

A inovação deve visar o aumento da qualidade, diminuição de custos do ciclo de vida do produto e redução do tempo de desenvolvimento, sendo que uma das suas características é o foco nas necessidades do consumidor. Desta forma, através da inovação, as empresas busca manter as exigências de eficiência e tempo de resposta dos consumidores, assim como aumentar sua produtividade, melhorar a qualidade do produto e principalmente diminuir o ciclo de projetos, no intuito de manterem-se à frente da concorrência.

3.3 Novas tecnologias na hotelaria internacional

Hotéis de todo o mundo estão usando a tecnologia de novas maneiras para acelerar ou personalizar o atendimento. David-Michel Davies, presidente do *Webby Media Group*, disse que visitou empresas de internet de todo o mundo a cada ano para o *Webby Awards*, que premia a excelência em internet. Ele descobriu que vários hotéis estavam usando a tecnologia como um substituto da hospitalidade humana. (WEED, 2013, Tradução, O Estado de S. Paulo, 2013).

Em vez de recepcionistas ou concierges no balcão de entrada para recomendar restaurantes, os hóspedes podem receber emprestado um iPad carregado com mapas e sugestões de restaurantes e dicas de turismo. Um controle remoto pode comandar a televisão, as venezianas e a temperatura, substituindo o camareiro.

Alguns hotéis também usam a tecnologia para economizar. Funcionários costumavam ter de contar à mão lençóis, toalhas, roupões e toalhas de mesa para evitar furtos. Alguns hotéis agora costumam chips de identificação que transmitem

ondas de rádio (RFID) de modo que, quando o carrinho da lavanderia passa por um sensor, o número de itens no seu interior é mostrado.

Mas deve-se avaliar a adoção dessa automação na hotelaria em relação como foi citado à utilização de robôs como alertam Atzeni e Carboni (2006, p. 140) para os riscos de diminuição do rendimento dos trabalhadores, após a introdução de tecnologias sofisticadas, devido ao fato de eles necessitarem de formação sobre como utilizar as novas tecnologias, e para a possível incompatibilidade com os sistemas organizacionais e tecnológicos que a empresa utiliza.

Contudo, elas possibilitam apenas maior eficiência na realização das atividades tradicionais.

Algumas ofertas de tecnologia se estendem para além das paredes do hotel. O Park HyattTokyo aluga aos hóspedes, modem Wi-Fi portátil que pode ser usado em tablets e smartphones para ligações internacionais ou para acesso à internet. O custo do conector é de US\$ 25, e ele pode ser usado por até dez aparelhos de pessoas que estejam viajando juntas.

Num mundo cada vez mais competitivo, as unidades hoteleiras procuram novas formas de reduzir custos, aumentar as vendas e melhorar a experiência do hóspede. Neste sentido, existe uma maior aposta na inovação e, conseqüentemente, nas novas tecnologias para responder às necessidades de um cliente cada vez mais exigente e que tem necessidade de estar sempre conectado.

Porém, o segmento das novas tecnologias está em constante evolução e as tendências mudam de um dia para o outro. Mas uma coisa é certa, as novas tecnologias são consideradas prioritárias no relacionamento com o cliente e no aumento das vendas. Segundo um estudo da *HospitalityTechnology Magazine*, “Customer Engagement 2013”, a convergência entre as tecnologias de consumo, redes sociais e móveis estão a criar novas expectativas e oportunidades para oferecer serviços ao cliente e melhorar a experiência dos hóspedes.

Entre as principais constatações do estudo, destaca-se o fato de que cerca de 91% dos hotéis utilizar as redes sociais como a principal ferramenta de contato com os hóspedes; de, em 2015, também 91% dos hotéis vir a ter um site móvel; 72% das aplicações dos hotéis vão ter capacidade para reservar um quarto; 39%

das unidades hoteleiras planeiam oferecer pagamento móvel; e a respectiva sinalização das unidades, que passará a ser digital.

Podemos vislumbrar um case em Portugal, várias empresas apresentam algumas soluções que enriquecem tanto a experiência que o hóspede tem durante a sua estadia, como conferem uma maior eficiência às unidades hoteleiras, como é o caso da *SoftConcept*, que lançou, recentemente, o '*kiosK self-service*' para a hotelaria. O primeiro projeto onde será aplicado será numa unidade de apartamentos que não terá recepção, mas unicamente o balcão que permitirá fazer o check-in, check-out, pagamentos, atribuição de chaves do quarto adicionais, impressão ou envio de fatura por e-mail, criação de reservas, integração com sistema de fidelização, entre outras. Entretanto haverá o monitoramento por câmeras.

3.4 A Internet no Brasil

Desde a universalização da internet nas décadas de 1980 e 1990, nota-se, a cada ano, aumento no número de pessoas que a usam para os mais diversos fins, seja para o lazer, para transações comerciais e bancárias ou até mesmo para decidir onde uma família ficará hospedada nas próximas férias.

A Internet chegou ao Brasil em 1988 por iniciativa da comunidade acadêmica de São Paulo (FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo), Rio de Janeiro (UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro) e LNCC (Laboratório Nacional de Computação Científica).

Em 1989 foi criada pelo Ministério de Ciência e Tecnologia, a Rede Nacional de Pesquisas (RNP), uma instituição com objetivos de iniciar e coordenar a disponibilização de serviços de acesso à Internet no Brasil; como ponto de partida foi criado um *backbone*, rede dielétrica ou subterrânea em fibra óptica, constituída por cabos que, em conjunção com equipamentos terminais adequados, permitem a disponibilização de canais de comunicação para serviços de transmissão de dados, voz e imagem, conhecido como o *backbone* RNP, interligando instituições educacionais à Internet.

Esse *backbone* inicialmente interligava 11 estados a partir de Pontos de Presença (POP - *Point of Presence*) em suas capitais; ligados a esses pontos foram criados alguns *backbones* regionais, a fim de integrar instituições de outras cidades à Internet; como exemplos desses *backbones* temos em São Paulo a Academic Network at São Paulo (ANSP) e no Rio de Janeiro a Rede Rio.

Em 1995, o Brasil veio a conhecer uma tecnologia pela qual posteriormente iria se apaixonar. Pela primeira vez, o cidadão comum podia ter acesso à internet na modalidade IP discado. Em virtude da criação do Comitê Gestor da Internet (CGI.Br). Na época, o período era instável para o setor de telecomunicações. Mas o que raramente se discute é que a internet no país existia bem antes disso, no meio acadêmico, onde foi gerada e encontrou meios para se desenvolver, nos moldes em que a conhecemos hoje.

3.5 Internet na Hotelaria

A *internet*, devido ao rápido avanço tecnológico e o constante aumento de sua área de abrangência, passou a ser um meio conveniente para as comunicações corporativas (GUIMARÃES *et al.* 2006).

O hotel deve conectar-se com seus clientes através de outras plataformas online como estratégia, deve desenvolver um site, assim como o Facebook, Instagram, Twitter são ótimas opções para a empresa ter um contato direto com seus clientes e também com toda rede ali presente.

Nos dias atuais, é impossível pensar no mundo sem a *Internet*. Ela tomou parte dos lares de pessoas do mundo todo. Estar conectado a rede mundial passou a ser uma necessidade de extrema importância. A *Internet* também está presente nas escolas, faculdades, empresas e diversos locais, possibilitando acesso às informações e notícias do mundo em apenas um click. Principais sistemas e aplicativos de Internet dos últimos anos, que em muitos casos ferramentas utilizadas pelos meios de hospedagens.

- 2002 - lançamento do Xbox Live: plataforma de jogos online da Microsoft, que usa a rede de Internet.

- 2003 - lançamento do Skype: para ligações telefônicas pela rede da Internet.
- 2004 - lançamento de duas redes sociais: Orkut e Facebook.
- 2005 - lançamento do Youtube (sistema de compartilhamento de vídeos pela Internet).
- 2006 - lançamento do Twitter (rede social voltada para a troca de mensagens rápidas).
- 2009 - lançamento do WhatsApp (aplicativo de troca de mensagens, fotos e vídeos por smartphone).
- 2010 - lançamento do Instagram (rede social de compartilhamento de fotos).
- 2011 - lançamento do Snapchat (aplicativo para smartphone de troca de mensagens, através de imagens).
- 2012- lançamento do Tinder (plataforma voltada para encontrar pessoas que buscam encontros românticos).(Brasil Escola)

A *Internet* surgiu paralelamente com o desenvolvimento da tecnologia, gerando oportunidades para o turismo em especial para o setor hoteleiro. A busca pela informação e a competitividade foram fatores importantes para que os hotéis se atualizassem. Com essa evolução, surgiu o comércio eletrônico, possibilitando a distribuição de produtos e serviços entre clientes, empresas e fornecedores. Para o setor hoteleiro, a utilização da *Internet* facilitou na realização de reservas, comunicação através de *sites* e *e-mails*, e também para conhecer o perfil do cliente.

A evolução nas novas tecnologias de informática obrigou os hotéis a acompanharem essa tendência e para se manterem no mercado de forma competitiva. De acordo com Cândido (2001, p.317), “o conhecimento de forma digital é fundamental para qualquer empresa, principalmente para os hotéis que desejam se manter-se no mercado operado com competitividade e com lucro”.

O setor hoteleiro além de se sentir pressionado a se atualizar, também tem se adequar às contínuas e incessantes mudanças. Segundo Cruz e Gândara (2003, p.108) “de nada adianta lutar bravamente contra, pois a força das mudanças no mercado prevalecerá. Inovar constantemente os produtos e serviços serão características fundamentais para os hotéis neste novo milênio”.

A maioria das empresas possuem acesso à internet, utilizando-a como solução rápida, prática, cômoda e econômica para realizar as mais diversas tarefas: transações bancárias, contatos profissionais, interação com clientes, informações estratégicas de negócios.

Subestimar a sua importância levará seguramente à perda de competitividade pessoal e corporativa.

Atualmente o impacto da Internet na atividade empresarial é enorme, a internet aparece no final do século passado e com ela surge um novo modelo econômico.

Para Bissoli (2002, p.61) essa revolução pode ser observada como:

A world wide web (www), canal mundial de distribuição de informação em alta velocidade, embora ainda possua alguns problemas, como sobrecarga do sistema e segurança, deve proporcionar grandes mudanças no âmbito da comercialização dos produtos turísticos. A Internet é uma poderosa ferramenta de pesquisa em qualquer categoria de informação, e no caso de turismo motiva o usuário a utilizá-la cada vez mais e oferece importantes informações e oportunidades para a elaboração e divulgação do planejamento turístico.

A internet põe em causa uma série de modelos de negócio e impulsiona uma nova era globalizada e digital. A importância da internet é um fato, as empresas sabem disso, nem sempre sabem como usar esta incrível ferramenta para alavancar seus negócios.

A Internet está gerando grandes oportunidades para o turismo. Com a introdução do comércio eletrônico em um hotel, ele passa a fazer parte de uma rede mundial, sendo acessível a clientes de todo o mundo. Cada vez mais pessoas utilizam a rede mundial de computadores no mundo e a evolução tecnológica está gerando mais segurança aos sistemas online. Conseqüentemente, o usuário da rede possui mais confiança em realizar compras através dos meios digitais, sem falar na praticidade de escolher e comparar com outros hotéis, e ainda conhecer por meios da experiência de outras pessoas.

4 MÉTODO

Primeiramente, foi realizado um levantamento e uma seleção bibliográfica de livros, revistas, artigos de sites especializados e demais fontes que abordam os temas hotelaria, novas tecnologias no setor, buscando traçar brevemente a história evolutiva dos hotéis, focando as iniciativas dos hoteleiros na adoção dos mecanismos tecnológicos. Foi feita uma investigação nos *sites* dos hotéis internacionais e nacionais de categoria luxo para identificar as mais modernas práticas tecnológicas.

O trabalho baseou-se no método do estudo de caso, pois se limita à investigação de um fenômeno em uma única organização, em um determinado período de tempo. Segundo Yin(2010) o estudo de caso é um questionamento empírico que investiga um fenômeno contemporâneo com seus contornos delineados no mundo real, quando as fronteiras entre o fenômeno e contexto não são claramente evidentes, e nos quais múltiplas fontes de evidência são usadas. Este estudo caracterizou-se como exploratório e descritivo.

É exploratória em relação a seus fins e sua investigação, pois busca a familiarização com o fenômeno estudado e/ou a obtenção de uma nova compreensão deste. Para Gil (1991), a pesquisa exploratória é centrada em um estudo que visa proporcionar maior familiaridade com o problema pesquisado a fim de torná-lo explícito ou construir hipóteses a partir dele. O trabalho é exploratório por visar aumentar o conhecimento acerca do assunto a ser estudado, permitindo, assim, incrementara experiência a respeito do tema. Vê-se que toda pesquisa que busca constatar algo em um organismo ou em um fenômeno é exploratória. O trabalho também é descritivo, pois nele os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, objetivando uma descrição das características conhecidas do problema, sem que o pesquisador interfira neles.

Para a coleta de dados, elaborou-se um questionário caracterizado como semiestruturado, composto de 11 perguntas. O questionário está dividido em duas partes: a primeira, perguntas orientadas para caracterizar o perfil do hotel; a

segunda, com perguntas, cujo interesse é descobrir o uso de tecnologias no empreendimento.

Foi realizada uma entrevista com perguntas abertas e fechadas com a gerente do setor de eventos e reservas a Senhora Girlany Limano dia 13 de junho de 2017, que trabalha há oito anos no setor hoteleiro e há seis anos no Stop Way hotel. O contato foi feito por meio de telefone duas semanas antes da entrevista acontecer, a mesma autorizou a gravação da entrevista que ocorreu em uma área comum do hotel, próxima a recepção. Algumas questões também foram respondidas por meio do e-mail corporativa da funcionária e por meio do aplicativo de mensagens, *whatsApp*. A observação *in loco* foi de relevância para o detalhamento dos dados coletados com a entrevista.

5 ESTUDO DE CASO HOTEL STOP WAY

5.1 Caracterização

O hotel Stop Way é localizado na Avenida Mário Meireles, Quadra 20, Lote 6 e 8 Rua da Lagoa da Jansen - Ponta D'areia, São Luís – Maranhão. Tem como missão: “prover serviços com excelência, praticidade e conveniência no atendimento com o melhor custo x benefício para a satisfação dos nossos clientes”. A sua visão é “gerar a promoção da marca, valorizando o capital humano para trazer retorno ao investidor”.

O Hotel está estrategicamente posicionado em uma área nobre da cidade de fácil acesso e próximo a cidade história e cerca de 20 minutos do aeroporto e Rodoviária (figuras 1 e 2).

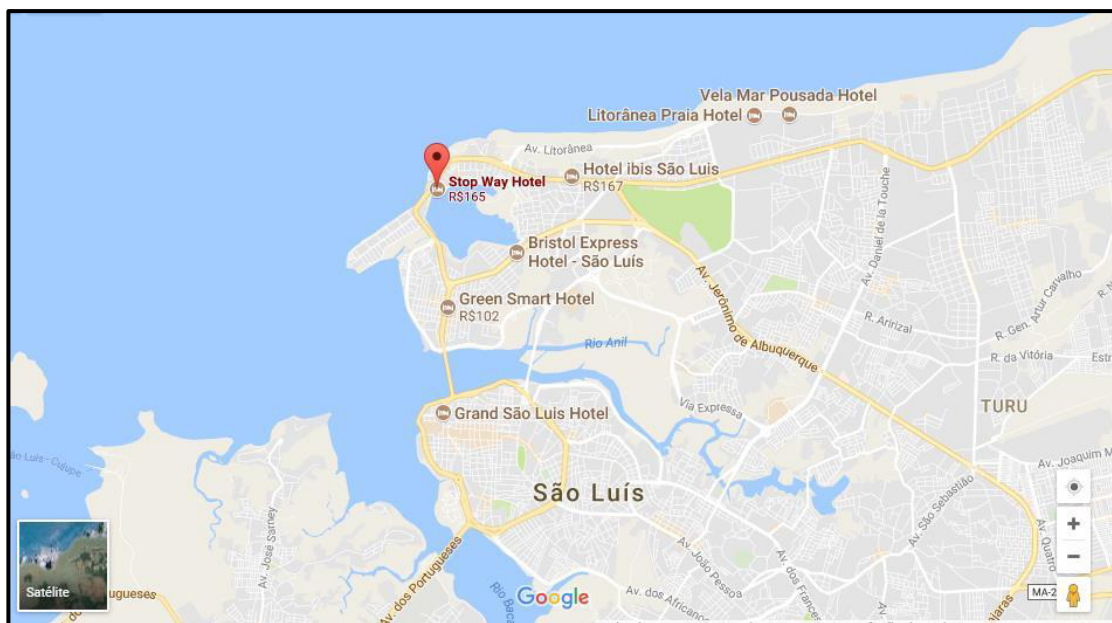


Figura 1: Localização do Hotel Stop Way

Fonte: Google Maps (2017)

O foco principal do hotel é o meio empresarial, o turismo de negócios uma pesquisa realizada pela gerência do hotel no ano de 2016 constatou-se que 70% dos hóspedes são do segmento de turismo de negócios, 30% do turismo de lazer.

Segundo a entrevistada não há interesse por conta da alta gerência mudar a distribuição desses segmentos. O hotel conta com 121 unidades habitacionais (UH's) todas em pleno funcionamento e conta com 45 funcionários houve uma redução no quadro de funcionários gerando um acúmulo de obrigações nos funcionários remanescentes. A administração do Stop Way é independente, ou seja, não está associado à uma rede hoteleira. Sua gestão é familiar.

De acordo com o site do hotel,

O Stop Way Hotel, mais novo hotel em São Luis, no Maranhão, é diferente de tudo o que se encontra na cidade. Focado para um atendimento de excelência, com um preço justo e diversos benefícios inclusos na diária, o empreendimento tem como pilares de atuação a Facilidade e a Conveniência.

O hóspede poderá desfrutar dos diferenciais logo que chegar ao hotel, que terá um Coffee Shop 24 horas no lobby. Além disso, café da manhã incluso na diária, Business Center com internet banda larga e rede wi-fi gratuita em todas as dependências, são alguns dos serviços que fazem do Stop Way Hotel, uma evolução no conceito de "hospedagem rápida e de custo baixo".
(Fonte:<http://www.stopwayhotel.com.br/>)



Figura 2: Fachada do Stop Way Hotel
Fonte: Arquivos do hotel



Figura 3: Coffee Shop 24 horas

Fonte: Site do Hotel

Vamos elencar os equipamentos que são utilizados no empreendimento hoteleiro no setor de recepção e reservas. O primeiro conta com 3 computadores e impressora. A entrevistada informou que não possui check-in online, entretanto na *homepagedo hotel* é possível fazer check-in com o preenchimentos dos dados do hóspedes, como podemos notar na figura 4.



Figura 4: Ficha de Check-in online
Fonte: Home Page do Hotel

A cada dia mais pessoas estão conectando-se por meio do Celular e adaptar-se é essencial para não perder esse nicho de mercado. É possível acessar o site do Hotel por meio do Celular (figuras 5 e 6), pois é adaptado para essa plataforma e possui algumas peculiaridades como o desenvolvimento e manutenção de um único site para todos os dispositivos, possui uma única URL – facilita o acesso e otimiza o tempo de carregamento, pois não terá redirecionamento para outro domínio,

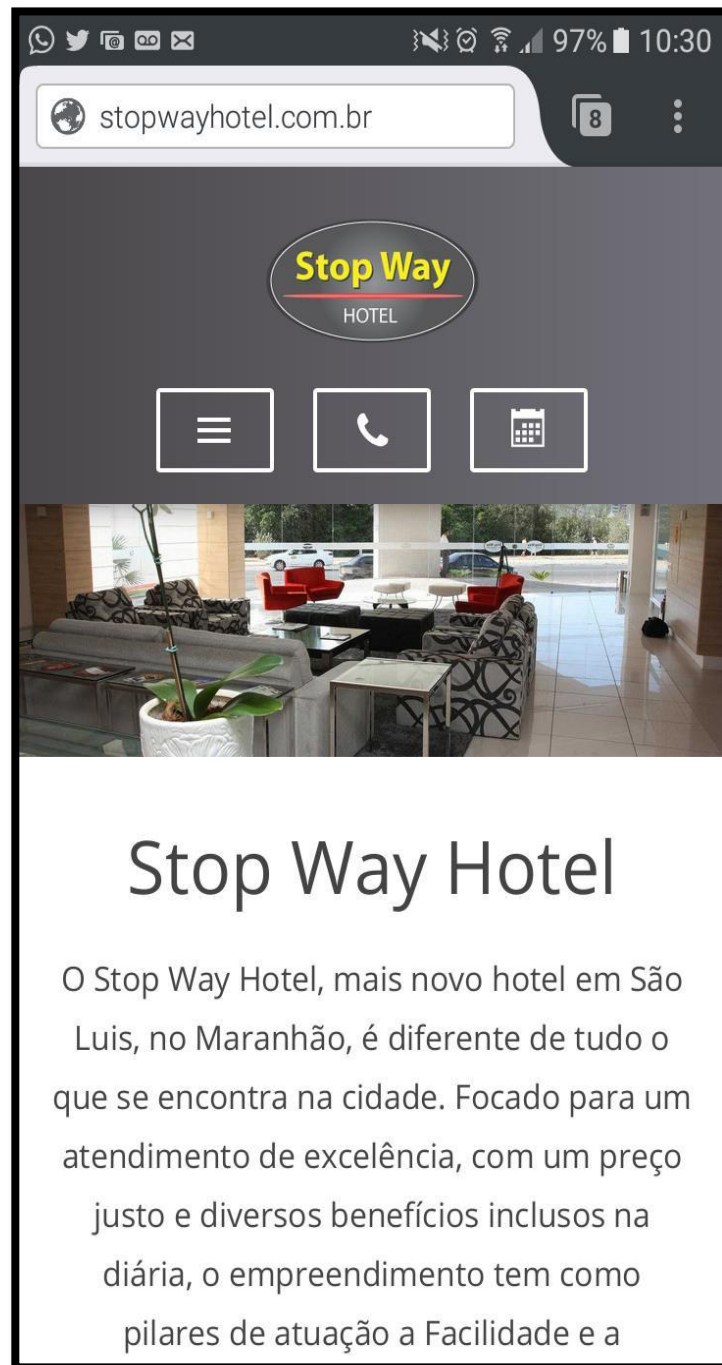


Figura 5: Site Móvil do Stop Way

Fonte: Site do Hotel



Figura 6: Menu no Site Móbil do Stop Way

Fonte: Site do Hotel

5.2 Caracterização das Unidades Habitacionais

Como já citado o hotel dispõe de 121 quartos, em relação às Televisões todas são LCD (*display* de cristal líquido). Na figura 7 podemos visualizar uma UH do hotel pesquisado, com destaque para o frigobar, a TV LCD e a cama Box (figura 7).



Figura 7: UH do Stop Way Hotel

Fonte: Arquivos do hotel Stop Way

O hotel disponibiliza o serviço de internet nas unidades habitacionais, bem como *wireless* nas áreas comuns. Esse serviço permite que os hóspedes acessem a internet em seus computadores portáteis e telefones móveis. Assim, pode-se inferir que esse serviço não pode ser mais considerado como um diferencial no mercado hoteleiro, algo que já é esperado pelo cliente que já esteja intrínseco na contratação dos serviços.

Na figura 5 pode-se vislumbrar a porta da UH que é acionada por meio de cartão magnético, tecnologia largamente utilizada na hotelaria na capital maranhense. O sistema de fechaduras magnéticas inclui o *software*, o codificador, o *smartcard* e o interruptor de poupança de energia. A tira magnética, como é chamada, fornece mais segurança ao hóspede, além de ser um dispositivo de racionalização de consumo de energia nas unidades habitacionais, sobretudo quando o hóspede não se encontra no interior da UH. Um grande inconveniente de usar esse tipo de equipamento é rapidez com as chaves “perdem” o magnetismo, o que é um ponto negativo na adoção dessa ferramenta que atualmente já sendo substituída por cartões, mas vale salientar que os cartões magnéticos aumentam a segurança do hóspede, além de agregar valor aos serviços prestados aos hóspedes.



Figura 8: Porta da UH
Fonte: Arquivos do hotel Stop Way

Quadro 1- Equipamentos disponíveis nas Unidades Habitacionais

Tv de LCD
CamaBox
Central de ar
Fechadura eletrônica com sistema magnético de cartão
Iluminação inteligente
Guarda-Roupa
Frigobar
Sistema de telefonia
Mesa de Trabalho
Controle de Painéis que acionam toda a parte elétrica
Cofre

Quadro 1

Fonte: Elaborado pela autora

5.3 O USO DE NOVAS TECNOLOGIAS

A utilização da tecnologia não é percebida apenas pelos equipamentos, tais como computadores, fax ou impressoras, mas é comum o emprego de *software* que é largamente utilizado na Hotelaria e são requisitos básicos na operação hoteleira como eficiência, segurança e rapidez no atendimento. Mesmo não sendo algo tangível para os hóspedes, ele é imprescindível para os meios de hospedagens de qualquer porte, além disso fornecem relatórios precisos, permitindo assim uma análise da situação e de desempenho do empreendimento.

O *software* empregado para a gestão no Stop Way é o CMNET na versão atualizada V6. *Softwares* que fazem a tarifação telefônica, aumentando a confiabilidade e a precisão na cobrança ou então, a facilidade que o hóspede pode ver seu extrato de conta na televisão do seu quarto, já é uma realidade em muitos hotéis.

De acordo com Pimental(2007)

Os *oftware* só não é mais importante que o hóspede, pois em ele não precisamos de *software* que reúne toda a informação sobre hospedagem, faturamento, contas a pagar almoxarifado, sugestões dos hóspedes e políticas de vendas podem ser armazenadas nestes *softwares*, eu diria que hoje a informação é o bem mais precioso de um hotel.

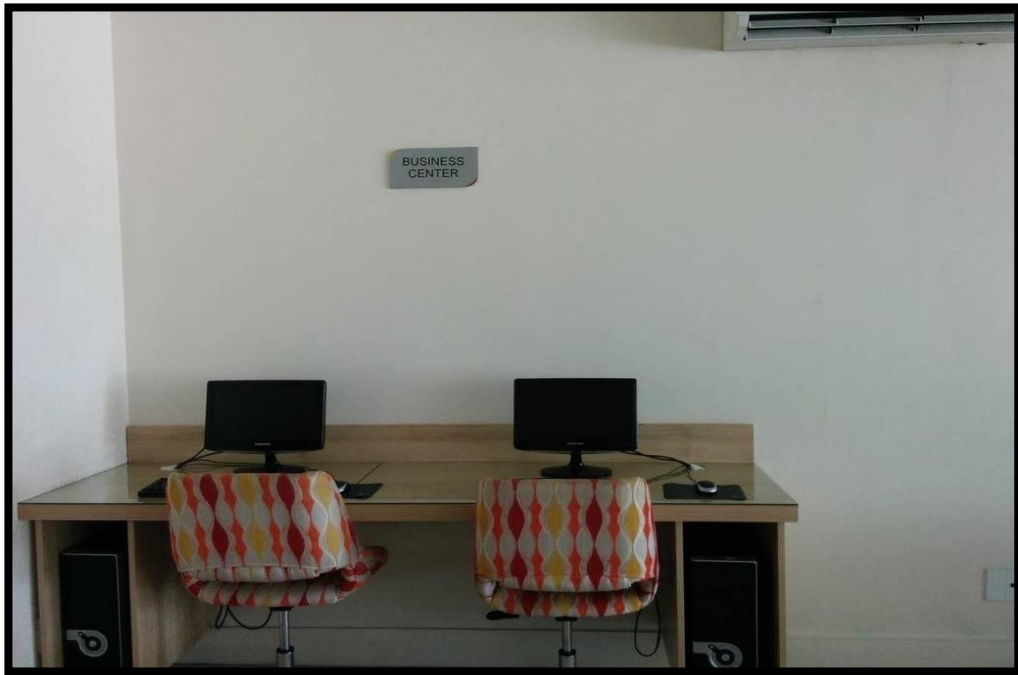


Figura 9: Business Center

Fonte: Arquivos do hotel Stop Way

As áreas comuns do hotel são o *lounge* com sofás e a área do coffee shop, a internet é 14 gigas, gratuita em todo o hotel. Segundo a Entrevistada “Um ponto bastante positivo é qualidade do sinal, sendo um diferencial bastante citado nas pesquisas de satisfação com os hóspedes”.

5.3.1 Recepção

A recepção do hotel é o lugar em que o cliente faz seu primeiro contato e realiza o check-in, podendo ser uma reserva individual ou uma reserva de um grupo. A recepção do Stop Way é *clean* e bem iluminada



Figura 10: : Recepção do Hotel
Fonte: Arquivo do hotel Stop Way

Quadro 2 - Instrumentos Tecnológicos disponíveis na recepção do Hotel Stop Way

Computadores
Home Page
Software Hoteleiro
Impressora
Wireless em áreas comuns
Sensor de Movimento

Quadro 2

Fonte: Elaborado pela autora

Um dos objetivos específicos da pesquisa é avaliar as vantagens e os efeitos dos modernos recursos tecnológicos. Foi perguntado se a adoção da tecnologia trouxe vantagens, a entrevista foi extremamente sincera ao responder que o proprietário não buscar ter grandes gastos com a implantação de novas tecnologias para a substituição das utilizadas atualmente, mas ela considera oportunizou benefícios a hotelaria.

Quando questionada sobre qual setor detém maior nível de adoção de tecnologia a respondente foi categórica ao citar a recepção do hotel e em seguida sinalizou a UHs.

Diante dos resultados encontrados, percebe-se que o Hotel instrumento desse estudo de caso adota, de forma significativa, as modernas tecnologias nos mais variados setores. Essa estratégia está produzindo benefícios, tais como comunicação entre setores, agilização e eficiência no atendimento, comodidade e facilidade para os hóspedes, e praticidade nas tarefas operacionais.

O hóspede tem acesso ao *business center*, que se encontra localizado próximo a recepção serviço de Taxi 24h,. O hotel ainda tem apartamentos adaptados para deficientes físicos.

No tocante à implantação ou ampliação dos investimentos maior em novas tecnologias, a empresa reconhece que há alguma dificuldade por conta do capital a ser investido, pois a ordem é contenção de gastos.

Por outro lado, A Girlany reconhece a que um investimento na adoção de tecnologia em alguns setores seria além de diferencial competitivo iria contribuir na performance do setor. Quanto aos concorrentes, a empresa tem consciência de que eles estão buscando meios de ser referência.

Quando perguntada sobre a concentração da automação no Hotel a recepção foi classificada como o setor que mais faz uso dos recursos, seguido pelo setor de reservas, *business center*, unidades habitacionais, manutenção e administrativo. A redução de custos, aumento na receita e na taxa de ocupação, agregação de valor a hospedagem e posicionamento foram os itens apontados como as tecnologias impactam a hotelaria pela sua utilização.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se estudar a adoção das novas tecnologias e o impacto que elas possuem na hotelaria, considerando para tanto o caso do Stop Way Hotel. O que se pode concluir a esse respeito é que o Hotel objeto de estudo entende a importância da automatização dos seus equipamentos.

Se fizermos uma comparação entre a automação em grandes parques hoteleiros internacionais, ou até mesmo em outros destinos brasileiros nota-se que a capital ludovicense está muito aquém de um nível de adesão de novas tecnologias que já realidade em hotéis de grande porte, de luxo entre outros.

De maneira prática, a automação pode ser percebida no uso de computadores, serviços de internet, *wireless* nas áreas sociais e quartos, fechaduras com cartões magnéticos, softwares que permitem a comunicação e interação entre os setores. As novas tecnologias são empregadas nos mais diversos setores e são avaliados de forma positiva a inserção da automação no equipamento, pois tem resultado benéficos, tais como eficiência operacional e praticidade para o hóspede.

Ser digital é uma necessidade e a internet tem sido uma ferramenta básica e estratégica na divulgação do produto hoteleiro, na comunicação com os clientes e fornecedores e na gestão dos negócios de uma forma geral. Por isso existe essa preocupação em ter uma excelente divulgação e parcerias com agências e OTAs.

O Stop Way Hotel é um dos empreendimentos mais recentes, contudo já tem sua fatia de mercado, e seu posicionamento dentro do destino do turismo de negócio cerca de 70% da demanda é desse nicho de mercado e esse público prioriza agilidade, conforto e principalmente uma internet veloz e gratuita.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, André. **Softwares são imprescindíveis para gestão hoteleira**.<http://www.revistahoteis.com.br/softwares-sao-imprescindiveis-para-gestao-hoteleira/>Acesso em: 29 de Março de 2017.
- BENI, Mario Carlos, **Análise Estrutural do Turismo**. 2ª edição. São Paulo. Senac, 1998.
- BUENOS, Gustavo. **Gerenciamento de Facilities na Hotelaria**. Editora Trevisan. Rio de Janeiro. 2012.
- CACHOEIRA. **Tecnologia para hotéis: Veja as Tendências**. Disponível em :<http://blog.hmax.com.br/tecnologia-para-hoteis-veja-as-tendencias/>Acesso em: 14 de Junho de 2017.
- CÂNDIDO, Índio. **Controles em Hotelaria**. 4. ed. Caxias do Sul: Educs, 2001.
- CESAR, Ana. **Método do Estudo de Caso (Case Studies) ou Método do Caso (Teaching Cases)? Uma análise dos dois métodos no Ensino e Pesquisa em Administração**.Universidade Presbiteriana Mackenzie. São Paulo. 2005.
- CRUZ da Gustavo e GANDARA M.G José.**O Turismo, a Hotelaria e as Tecnologias Digitais**.Turismo - Visão e Ação - volume 5 - n.2 - maio/ago. 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral Da Administração: Uma visão abrangente das Organizações**.Revisada e Atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier. 2011.
- CORNELL, Tim.**Grandes Impérios e Civilizações: Roma Legado de um império Vol.I**. Rio de Janeiro: Del Prado, 1982.
- DAVIES, Carlos Alberto. **Manual de Hospedagem: simplificando ações na hotelaria**. 2. ed. Caxias do Sul: Educs, 2003.
- DUARTE, Vladir Vieira. **Administração de sistemas hoteleiros: conceitos básicos**. São Paulo: Senac, 1997.

HOLANDA, Ivete Maria e NASCIMENTO, Gildarly. ***Um estudo das novas tecnologias a serviço da hotelaria de Fortaleza-CE***. Rev. Ciênc. Admin., Fortaleza, v. 18, n. 2, p. 797-814, jul./dez. 2012.

Histórico da Evolução Hoteleira Dos Primórdios ao Mundo. Disponível em: www.vitrineturismo.com.br/images/arquivos/Historico_da_Evolucao_Hoteleira.pdf
Acesso em: 19 de Março de 2017.

Internet no Brasil. Disponível em: <http://brasilecola.uol.com.br/informatica/internet-no-brasil.htm>Acesso em: 17 de Junho de 2017.

MENDES FILHO, Luis Augusto Machado; RAMOS, Anatólia Saraiva Martins. ***A internet como novo paradigma tecnológico e organizacional da gestão hoteleira: uma seleção de serviços e aplicações utilizado pelos hotéis***. Disponível em: <http://www.revistafarn.inf.br/revistafarn/index.php/revistafarn/article/viewFile/57/66>. Acesso em: 23 maio 2017.

NACIF, Luiz Henrique Roevenstrunk. ***A alta tecnologia e a Indústria Hoteleira***, Universidade de Brasília. Brasília, DF. Maio de 2014.

OTTO, Gabriella. ***Tendências tecnológicas na Hotelaria***. Disponível em: <http://gabrielaotto.com.br/blog/tendencias-tecnologicas-na-hotelaria/>Acesso em 15 de março de 2017.

OS HOTÉIS inteligentes. Disponível em: <http://hotelariadequalidadeblogspot.com/2010/07/os-hoteis-inteligentes.html>. Acesso em: 24 maio de 2017.

TACHIZAWA, Takeshyet al. ***O uso de tecnologias da informação em hotéis de pequeno porte: um estudo multicaso. Organizações em contexto***, São Bernardo do Campo, ISSNe 1982-8756 • Vol. 9, n. 17, jan.-jun. 2013.

Turismo de lazer - breve história e conceitos. Disponível em: www.temposdegestao.com.://www.temposdegestao.com/turismo/turismo-de-lazer-breve-historia-e-conceitosAcesso em: 21 de junho de 2017.

Tecnologias que vão mudar os quartos de hotel. Disponível em: <http://maisturismo.org/tecnologias-mudar-quartos-de-hotel/> Acesso em: 18 de junho de 2017.

Tecnologias para hotéis que valem o investimento (e que você pode implementar hoje. Disponível em: <http://turboguest.blog.br/tecnologias-para-hoteis/> Acesso em: 21 de Junho de 2017.

APÊNDICE A



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

CURSO DE HOTELARIA

DISCENTE: GABRIELLA SANTOS RAMOS

Esta pesquisa é parte do trabalho de conclusão de curso do bacharelado em Hotelaria, desenvolvida por mim, com a orientação do Prof. Davi Andrade, do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFMA. Na pesquisa buscamos conhecer as inovações tecnológicas praticadas no setor Hoteleiro em São Luis-Ma.

Peço autorização para gravar a entrevista.

Caso prefira, não identificaremos o seu nome e do empreendimento no TCC.

ROTEIRO DE ENTREVISTA

INFORMAÇÕES SOBRE O RESPONDENTE

1. Cargo ou função desempenhado na empresa:
2. Nome: _____

3. () Alta gerência () Média gerência
4. Há quanto tempo trabalha no empreendimento: _____
5. Há quanto tempo trabalha no setor hoteleiro: _____

INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE O EMPREENDIMENTO

1. Empreendimento: _____

2. Quantas unidades habitacionais: _____
3. Número de funcionários do hotel: _____

4. Ano de fundação: _____

5. A administração é: () independente () rede. Qual? _____

. 1. Quais os equipamentos são utilizados no seu empreendimento Hoteleiro?

a)Recepção-reservas

- () Computadores
- () Tablet
- () Impressora
- () Check-in online
- () Check-out online

Outros: _____

b)Unidades Habitacionais?

- () Fechadura inteligente codificada por aproximação
- () Fechadura eletrônica com sistema magnético de cartão
- () Sistema biométrico-biofinger
- () Ar-condicionado central
- () Sistema de telefonia
- () Sensores de presença
- () Cartões magnéticos
- () Controle de painéis que acionam toda a parte elétrica Iluminação inteligente
- () WIFI
- () TV Digital
- () Cofre

() Outros: _____

c) Restaurante

- () Comanda eletrônica
- () Cardápio Online

Outros: _____

d) Geral:

- () Pagamento pelo smartphone, utilizando tecnologia EMV.

2. Qual a importância das OTAs (plataformas de reservas) para o meio de hospedagem

3. Como o sr. vê a classificação em plataformas hoteleiras no aspecto da avaliação dos hóspedes

4. O hotel oferece serviços exclusivos por meio do celular (mobile) (check-in, reserva, site adaptado)

5. Utiliza as redes sociais para a promoção[vendas do hotel.

Quais:_____

6. Qual setor do hotel utiliza mais equipamentos tecnológicos
(Marque de 1 a 5 na ordem crescente em importância)

() Reservas () Recepção () Governança () Restauração () Manutenção

7. Utilizam algum software de gestão hoteleira?

() Não () Sim

Qual:

8. As novas tecnologias têm provocado mudanças no meio de hospedagem. Se sim,

Quais:_____

9. O uso das novas tecnologias contribui para a melhoria no desempenho do seu empreendimento. Se sim, como._____

10. O sr. acredita que o uso das novas tecnologias na hotelaria impactam em quais dos seguintes aspectos

- Redução de custos
- Aumento na receita
- Aumento na Taxa de ocupação
- Desempenho dos colaboradores
- Agrega valor a hospedagem
- Posicionamento do hotel no mercado
- Diferencial competitivo
- Processos de gestão
- otimização do tempo no atendimento

Outro: _____

11. O hotel investe em novas tecnologias. Aproximadamente quanto da receita anual, em porcentagem, é direcionado para esse investimento.

ANEXO A