

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE HOTELARIA

GIRLAYNE LIMA DA SILVA

STOP WAY HOTEL:

o seu diferencial no mercado hoteleiro de São Luís. Uma abordagem
sobre a hotelaria familiar.

SÃO LUÍS
2018

GIRLAYNE LIMA DA SILVA

STOP WAY HOTEL:

o seu diferencial no mercado hoteleiro de São Luís. Uma abordagem sobre a hotelaria familiar.

Monografia apresentada ao Curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão para obtenção do grau de Bacharel em Hotelaria.

Orientadora: Prof.^ªM^a. Ana Letícia Burity da Silva.

SÃO LUÍS

2018

GIRLAYNE LIMA DA SILVA

STOP WAY HOTEL:

Uma abordagem sobre a hotelaria familiar como diferencial no mercado
hoteleiro de São Luís.

Monografia apresentada ao Curso de Hotelaria da
Universidade Federal do Maranhão – UFMA, para
obtenção do grau de Bacharel em Hotelaria.

Aprovada em: / /

BANCA EXAMINADORA:

Profa. **Ana Letícia Burity da Silva** (Orientadora)
Universidade Federal do Maranhão

Prof. **Ruan Tavares Ribeiro**
Universidade Federal do Maranhão

Prof. **Marco Aurélio Furtado**

A Deus, pois sem ele eu nada seria.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pois sem ele eu nada seria e não teria de forma alguma conseguido terminar esse trabalho com êxito.

A minha mãe de criação Maria de Nazaré Lopes Lima, que foi enviada por Deus para que pudesse me guiar pelos caminhos bons e eu me tornasse quem eu sou hoje, mas não posso esquecer também dos meus pais biológicos e agradecer a eles pelo dom da vida.

A minha irmã, por compartilhar comigo os seus conhecimentos.

A toda a minha família, por tudo que cada um representa para mim.

A Raissa Karine que compartilhou comigo, que não foram fáceis na busca dos melhores conteúdos a fim de terminar a monografia.

Ao Genilson por não ter me deixado desistir.

Por último, mas não menos importante, a Ana Letícia Burity, a ela a minha gratidão eterna e o meu agradecimento por ser o melhor exemplo que alguém pode ter do que é ensinar.

“Solicitar opinião é uma forma de conquistar simpatia e saber em quem confiar. Dedique um minuto para perguntar a cada um de seus colegas (de trabalho), alguma coisa que você já sabe. As respostas que você ouvirá irão mostrar para quem no futuro você poderá perguntar as coisas que você não sabe.”

MAX GHERINGER

RESUMO

O Stop Way Hotel foi idealizado por um investidor que almejava criar um hotel de categoria familiar e único, de categoria econômica. Hoje o empreendimento ocupa o segundo lugar no Booking.com, o site mais visitado por quem viaja a trabalho ou lazer, tendo uma nota em torno de 8,5 dada pelos hóspedes que o frequentam ficando atrás apenas do primeiro colocado que carrega consigo a nota de 8,8, ou seja, abaixo do primeiro lugar por décimos. Essa pesquisa consiste em descobrir o motivo pelo qual se tornou o segundo hotel mais cogitado para se hospedar em São Luís, para tanto, utilizou-se do método do Estudo de Caso, tendo como ferramentas questionários abertos aplicados a quatro grupos distintos de personagens ligados ao hotel e que possam formatar uma ideia da razão que levou o Stop Way Hotel a ocupar um papel de destaque na preferência de seus clientes. Na competição acirrada do mercado hoteleiro, fidelizar um hóspede é sempre uma preocupação de muitos gestores, entretanto, o hotel analisado obteve este feito com apenas sete anos no mercado. No primeiro momento desta pesquisa, fez-se uso da pesquisa bibliográfica a respeito da gestão de meios de hospedagem. Para a averiguação dos fatos levou-se em consideração a opinião de hóspedes, da equipe administrativa do hotel, assim como do proprietário do empreendimento. A coleta de dados ocorreu no período janeiro a junho do ano 2018 e contou com a participação de funcionários do hotel, hóspedes e o proprietário do mesmo. Como destaques para o trabalho de campo, podem ser citados como pontos positivos que todos aceitaram responder aos questionários e dar entrevistas.

Palavras-Chave: Mercado Hoteleiro, Vantagem Competitiva, Cliente.

ABSTRACT

The Stop Way Hotel was conceived by an investor who wanted to create a family-run and unique, economy-class hotel. Today, the enterprise occupies the second place on *Booking.com*, the site most visited by those who travel for work or leisure, having a rating around 8.5 given by the guests who attend it, staying behind only by the first hotel who carries the rating of 8.8, that is, below the first place by tenths. This research consists of discovering the reason why it became the second most considered hotel to stay in São Luís, using the method of the Case Study, using as open questionnaires tools applied to four distinct groups of characters related to the hotel and that can shape an idea of the reason that led the Stop Way Hotel to play a prominent role in the preference of its customers. In the fierce competition of the hotel market, to create loyalty to a guest is always a concern of many managers; however, the hotel analyzed has achieved this with only seven years in the market. In the first moment of this research, we made use of the bibliographical research regarding the management of the means of hosting. For the investigation of the facts took into consideration the opinion of guests, the hotel management team, as well as the owner of the development. Data collection took place between January and June 2018. As highlights for the field work, they can be pointed as positive points is that everyone accepted to respond to the questionnaires and give interviews.

Keywords: Hotel Market, Competitive Advantage, Customer.

LISTA DE QUADROS:

Quadro 1 - Classificação dos hotéis.....	23
Quadro 2 - Classificação dos hotéis quanto ao faturamento.....	26
Quadro 3 - Notas dos hotéis no site Booking.com.....	30

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Qual o principal motivo da sua visita?-----	32
Gráfico 2	Quanto aos apartamentos em relação a limpeza, o conforto, e a manutenção?-----	33
Gráfico 3	Impressão geral do hotel, quanto a simpatia, educação, e profissionalismo?-----	34
Gráfico 4	Qual ponto mais chama sua atenção ao escolher por um hotel?-----	35
Gráfico 5	Os serviços do Stop Way supriram as suas expectativas?-----	36
Gráfico 6	Qual nota daria ao hotel de 5 a 10?-----	38

LISTA DE SIGLAS

CNTUR- Conselho Nacional de Turismo

CPT- Centro de Produção Técnicas

EMBRATUR- Empresa Brasileira de Turismo

FUNGETUR- Fundo Nacional do Turismo

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INMETRO- Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia;

MTUR- Ministério do Turismo

OMT- Organização Mundial do Turismo

ONU- Organização Mundial da Saúde

SClass- Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem

SETUR- Secretaria de Turismo

UH – Unidade Habitacional

UNESCO- Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. O DESENVOLVIMENTO DA HOTELARIA	15
2.1. Hotelaria no Brasil	17
2.2. Hotelaria no Maranhão	19
3. Os MEIOS DE HOSPEDAGEM	20
3.1. Classificação dos Meios de Hospedagem quanto a sua categoria	21
3.2. Classificação dos Meios de Hospedagem quanto aos seus serviços	23
3.3 Classificação dos Meios de Hospedagem quanto ao tamanho	26
3.3. Classificação dos Meios de Hospedagem quanto ao mercado	26
4. METODOLOGIA	28
6.1. Tipo de pesquisa	28
6.2 O local de Estudo	28
6.3 Caracterização da Empresa e Ramo de Negócios	28
6.4 Análise de Dados	31
6.5 Coleta de Dados	31
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS	44
APÊNDICES	47

1 INTRODUÇÃO

Uma das atividades que mais cresce no mundo hoje em dia é o turismo, trazendo muita rentabilidade e objeto de estudo para vários povos e nações, na busca de trazer mais lucratividade e empregos. Mas com um mercado cada vez mais competitivo, é sempre necessário que haja serviços diversos, de qualidade e que apresentem um diferencial, para que possam se sobressair, diante dos outros que já estão presentes no ramo.

Todas as atividades ligadas direta ou indiretamente ao setor turístico, das quais a hotelaria faz parte, precisam preencher os pré-requisitos estabelecidos pelo Ministério do Turismo para que se sobressaiam no mercado hoteleiro e na preferência dos clientes, e para que isso aconteça deve-se ter uma administração técnica e especializada, pois diferentemente dos primórdios, onde, o acolhimento de visitantes se fazia na maioria das vezes em residências, pois naquela época o objetivo era apenas ofertar um abrigo para passar noites por conta da longa viagem a ser feita, sendo necessário apenas um local para descansar. Hoje no mercado do turismo e da hotelaria busca-se não apenas um pouso qualquer para ficar, mas sim um lugar onde se ofereça comodidade, conforto, um bom atendimento dentre outras características que podem variar, mas o fator qualidade é primordial e é isso que os meios de hospedagem devem oferecer à sua clientela, a fim de permanecerem ativas e bem posicionadas no mercado.

Este estudo abordará o Stop Way Hotel no intuito de compreender como um empreendimento relativamente novo no mercado, em comparação aos demais da capital do Maranhão, de administração familiar mantém-se bem posicionado no site de busca Booking.com. O hotel, de categoria econômica perde apenas para um hotel cinco estrelas da cidade que é o Hotel Luzeiros. Cito este hotel para que um hotel que dispõe de poucos serviços está apenas abaixo de um hotel que possui vários serviços.

A empresa hoteleira é suporte básico da infraestrutura turística e elemento essencial para o desenvolvimento do turismo num país, sendo considerada uma empresa de prestação de serviços, que se diferencia completamente de outros empreendimentos industriais ou comerciais. Enquanto na indústria propriamente dita 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.

Deste modo, com tantas opções à mão de hóspedes em potencial, está cada vez mais difícil se sobressair diante da concorrência na qual até a simples oferta de um bom sinal de internet passa a ser um dos elementos chave para a conquista de novos clientes e fidelização de outros.

O mercado hoteleiro de São Luís é formado por pousadas, hotéis de pequeno, médio e grande porte, de rede nacionais e internacionais, concentradas em sua maioria, em áreas de grande concentração turística como: Centro Histórico, Lagoa da Jansen e praias. O Stop Way, empreendimento abordado neste trabalho, está localizado no bairro Ponta d' Areia e em frente a Lagoa da Jansen.

Neste contexto, a primeira parte da pesquisa traz a Introdução do trabalho seguida por uma leve discussão sobre o desenvolvimento da hotelaria, sua chegada ao Brasil, ao Maranhão e suas classificações.

Na terceira etapa será trabalhada a gestão familiar em uma empresa, abordando-se seus pontos positivos e negativos para a administração de empreendimentos hoteleiros.

A quarta etapa desta pesquisa traz a descrição do local pesquisado, bem como o perfil de seus hóspedes. Em seguida é apresentada a metodologia escolhida: um Estudo de Caso, tendo como ferramentas para a coleta de dados, a aplicação de questionários e entrevistas aos principais personagens que fazem parte do cotidiano do Stop Way Hotel. O resultado dos dados é apresentado em seguida, antecedendo as considerações que finalizam este trabalho.

A última parte fica por conta de uma análise interpretativa dos dados antecedendo as considerações que finalizam este trabalho.

2 O DESENVOLVIMENTO DA HOTELARIA

O marco inicial da hospedagem coincide com os Jogos Olímpicos, pois visitantes de todos os lugares iam à Olímpia, na Grécia, para assistir aos jogos olímpicos, considerado um dos mais importantes eventos da época. Os jogos tinham força até mesmo para interromper as guerras em andamento e atraía milhares de pessoas como descrevem Cândido e Vieira (2003, p.27) “No sopé do Monte Cronos, em Olímpia, na Grécia antiga, foi erguida a primeira hospedaria com a finalidade de hospedar visitantes que convergiam em determinada época do ano para assistirem aos jogos olímpicos gregos”

A hotelaria surgiu desta necessidade das pessoas se deslocarem de um lugar para o outro, mas não necessariamente apenas de se deslocar, mas descansar. Ainda para os autores acima citados, os deslocamentos do Povo Romano, dado as suas conquistas territoriais, foram um dos principais fatores que promoveram o desenvolvimento da hotelaria. No início da construção do seu império, os romanos construíram estradas entre as cidades conquistadas seja para facilitar o domínio sobre todas as terras ou para promover a comunicação entre estas, através de funcionários do imperador. (CANDIDO & VIEIRA 2003).

Com cada vez mais estradas e essas mais longas para interligar cidades mais distantes, houve-se a necessidade dos funcionários, que levavam as correspondências do rei e recados, descansarem, e estes começaram a ficar em lugares abandonados ou particulares para conseguirem concluir a viagem.

O início das hospedagens com fins lucrativos, segundo os historiadores, se deu por conta que Roma governava a Itália no séc. IV a.C. e por conta disso mais caminhos foram construídos para que as pessoas pudessem se locomover. Logo, Apio Cláudio, o imperador romano construiu a Via Appia, considerado o primeiro caminho romano. (TORRE 1992, p.9).

Inicialmente a necessidade de ter onde se hospedar para descansar até mesmo por uma razão fisiológica fez com que as pessoas ficassem onde pudessem, depois gerou a necessidade de uma melhor acomodação e foram criadas nessas estradas as pousadas.

. As romanas que obedeciam a regras rígidas, exigindo uma carta assinada por uma autoridade que comprovava sua motivação de viagem, o que lhe garantia um pouso seguro nestes abrigos. Isto representava um diferencial com relação às hospedagens das Olimpíadas, pois faziam parte do sistema econômico das cidades, gerando um comércio entre os viajantes e os moradores e a troca de mercadorias entre regiões.

Na era feudal, a atividade hoteleira tem uma grande queda porque o viajante é visto como inimigo e em decorrência disso as viagens ficaram escassas e as hospedarias se deterioraram. Com o feudalismo as estradas ficaram mais desertas e inseguras, mas apesar de tudo haviam ainda alguns viajantes que eram os peregrinos que se deslocavam para visitar os lugares santos. As grandes viagens eram feitas basicamente por eles.

Durante a era cristã, o imperador Constantino unifica o império Romano ao se converter ao Cristianismo e difunde a religião entre os povos e suas ideologias de amar ao próximo como a si mesmo, fazendo com que pessoas abrigassem em suas casas, desconhecidos, e pessoas de vários lugares do mundo, dando abrigo aos peregrinos e os tratassem bem, como a entes queridos. Estimulando assim as viagens e mantendo o espírito hospitaleiro. Isso levou os hóspedes a se aproximarem cada vez mais dos donos das hospedarias, fazendo assim com que haja um marco histórico na trajetória do setor hoteleiro. A qualidade no atendimento começou a ser considerada de extrema importância.

Durante as cruzadas, as ordens religiosas receberam um grande incremento, considerando o seu objetivo de acolher os cruzados, os enfermos, os feridos e também os peregrinos nos *hospitiuns*, meios de hospedagem preparados para acolher pessoas que necessitavam de cuidados além de abrigo, dando origem aos hospitais (CASTELLI, 2006, p.54).

2.1 Hotelaria no Brasil

No final do século XIX, em São Paulo, os cafeicultores (o café era a manufatura mais rentável da época) construíram meios de hospedagem para atender preliminarmente os homens de negócios porque o desenvolvimento do comércio internacional baseado na exportação do café aumentou em demasia por conta do aumento do padrão de vida da população norte americana e europeia. Durante todo o referido século não somente São Paulo, mas Rio de Janeiro e outras localidades em diferentes regiões se transformaram em cidades e vilas cada uma com as suas particularidades e histórias sempre tendo um meio de hospedagem como parte integrada do seu desenvolvimento. (Castelli, 2006, pg. 133)

Com a chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro (1808) muitos estrangeiros passaram a transitar pela cidade pois vieram acompanhando a corte portuguesa, sendo necessário construir meios de hospedagem mais preparados e com maior capacidade para atender a nova demanda em seus estabelecimentos. Na época, um dos hotéis que cabe destacar é o Hotel Pharoux, privilegiado pela localização estratégica junto ao caís do porto, no largo do Paço, considerado um dos estabelecimentos de maior prestígio no Rio de Janeiro pois ficava no porto de desembarque dos viajantes que chegavam ao Rio. (PINHEIRO 2002)

O problema da escassez de hotéis no Rio de Janeiro, que já acontecia em meados do século XIX, prosseguiu no século XX. A gravidade da situação levou o governo a criar leis de incentivo, como o Decreto nº1160 de 23 de dezembro 1907, que isentava por sete anos, de todos os emolumentos e impostos municipais, os cinco primeiros grandes hotéis que se instalassem no Rio de Janeiro. Considera-se como marco da hotelaria do Rio de Janeiro, o Hotel Avenida (que ainda existe nos dias atuais na Rodovia Presidente Dutra no Rio de Janeiro (1808) e o Copacabana Palace que fica até hoje localizado no bairro de Copacabana, cuja construção contribuiu de forma decisiva para transformar o Rio de Janeiro em polo de turismo e lazer pois foi construído com o intuito de hospedar reis, rainhas e celebridades de qualquer lugar e além disso foi construído um cassino, havendo assim um lugar para eventos, bailes e shows artísticos. Em agosto de 1922, a cidade

ganha o Hotel Glória ainda hoje considerado um dos maiores hotéis do Brasil com 700 apartamentos e fica localizado no bairro da Glória.

O Copacabana Palace com sua imponente construção e localização privilegiada, hoje pertencente à Cadeia Orient Express que é uma rede internacional, hotel este luxuoso que teve o cimento da sua construção trazido da Alemanha, vidros e mármore trazidos de fora do país. A partir da década de 30, a expansão dos hotéis prossegue, através da implantação de grandes hotéis nas capitais e já na capital paulista, somente a partir da data de 1870 é que alguns meios de hospedagem passaram a merecer destaque como: Hotel Paulistano (Santana,SP) Hotel do Comércio (SP), Hotel Universal(SP)

Na década de 40, tem seu marco o entretenimento oferecido junto aos seus serviços, como os cassinos e a implantação de hotéis em locais onde havia belezas naturais como o Parque Balneário de Santos (SP), Grande Hotel de Poços de Caldas (MG). Contudo, em 1946, no Estado Novo, onde o presidente do regime era Getúlio Dornelles Vargas, proibiu os jogos de azar no Brasil, com isso muitos hotéis fecharam as portas, lei essa que até os dias atuais vigora, apesar de saber-se que muitos empregos foram perdidos com essa lei. Com essa mudança a indústria hoteleira volta a ser agente hospedeiro e de alimentação que leva a hotelaria crescer muito pouco na década de 50.

Em 1966 é criado a EMBRATUR- Instituto Brasileiro de Turismo e junto com ela o FUNGETUR (Fundo Geral de Turismo) que atua através de incentivos fiscais na implantação de hotéis, promovendo uma nova fase na hotelaria brasileira, principalmente no segmento de hotéis de luxo, cinco estrelas. Sob a tutela da EMBRATUR nos anos 60 e 70 as grandes redes internacionais chegam ao país, mas os hotéis construídos são em sua maioria, de categoria cinco estrelas e em quantidade limitadas, assim não acessíveis a grande parte da população, mas o marco foi a maior profissionalização do segmento (RIBEIRO, 2011, p. 25)

Década de 70, o turismo passa por inovações pois é criada a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) que por sua vez aprovou vários projetos ligados ao turismo e a hotelaria e aparecem os hotéis voltados para o lazer que são chamados de *Resorts* (Costa, 2004).

Na década de 80, tempos de crise econômica com alta inflação. O marco desse período é o desenvolvimento de hotéis de padrão econômico e intermediário e a implementação dos flats onde em sua maioria eram dirigidos pela Accor e Transamérica. (RIBEIRO, 2011, p. 25)

Na década de 90, a indústria hoteleira no Brasil passou a vislumbrar uma nova fase de desenvolvimento. A partir dessa década a hotelaria houve novamente buscar por hospedagens e o setor novamente se reestruturou e no Governo de Fernando Collor de Melo o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) começou a oferecer uma linha de crédito especial para a construção de hotéis. Devido a estabilidade econômica desde 1994, possibilitara a expansão econômica e uma estrutura adequada hoteleira que atendesse as necessidades da sociedade brasileira. (PINHEIRO, 2002, pg. 71)

2.2. Hotelaria no Maranhão

O turismo da capital maranhense desde meados do século XIX (século em que mais se desenvolveu) atraiu e encantou o mundo por sua forte herança cultural e seu povo acolhedor, devido sua mistura étnica, costumes do povo nativo e a forte influência de seus colonizadores, os portugueses. (SEHAMA, 2014, p. 6).

A Capital São Luís, que possui o título da UNESCO (Organização para a Educação, a Ciência e a Cultura das Nações Unidas) de Patrimônio Cultural da Humanidade desde 1997, por conta do seu rico conjunto arquitetônico do séc. XVIII, dotado de um conjunto de bens que contam a história de uma geração, de grande riqueza cultural demonstrado através de seus costumes, e linguagem. Em vista disto se promove um sentimento de posse e de continuidade histórica, assumindo a função de atrativo turístico onde o patrimônio arquitetônico é inserido na dinâmica de uma atividade, que implica diretamente na vida social e cultural da cidade. (LOBÃO, 2010).

Os primórdios do turismo e conseqüentemente o desenvolvimento da hotelaria no Maranhão teve seu começo na cidade de São Luís. Segundo apontam os registros de hospedagens feitos pelos proprietários onde surgiu a partir dos modelos de hospedarias que já eram comuns em algumas partes do Brasil desde o século XVIII. Essas casas de hospedagens começaram a

aparecer nos principais municípios do Estado dentre eles, São Luís, Caxias, Codó por serem as cidades com maior desenvolvimento econômico o fluxo de viajantes era bem maior, por isso se concentravam nesses locais como suporte de abrigo para comerciantes viajantes e andarilhos. (JORNAL O ESTADO DO MARANHÃO)

Essas casas ofereciam dormitórios, lavatórios e algumas disponibilizavam a oferta de comida, e ao longo do tempo deram origem às primeiras pousadas e hotéis do Maranhão, especificamente na metade do século XIX. (SEHAMA, 2014).

Falar sobre a hotelaria do Maranhão é necessário falar do hotel Central que é tido como um marco na hotelaria do Maranhão segundo reportagens dos jornais locais que é O Estado do Maranhão e O jornal Cazumbá. Ele já funcionava como hospedaria desde 1908 e foi reconstruído como hotel de luxo e reinaugurado em 04 de maio de 1943. É a hospedaria mais antiga que se tem registro na capital São Luís. A sua reinauguração se deu por conta de um decreto de número 330 de 23/12/1939 pelo governo do estado que se obriga a construir o Palácio do Comércio para instalações de um hotel modelo e instalações permanentes de produtos do Estado. *“o novo hotel tinha equipamentos, ambientes e salão nobre na cobertura e primava pelo conforto dos hóspedes que eram desde autoridades a artistas internacionais.”*

Esses registros apontam as inovações o que registra um marco para a rede hoteleira do estado. Em 1962 nasce o Lord Hotel de um sobrado adaptado por Antônio Oliveira Maia, considerado um precursor do segmento hoteleiro do Maranhão.

3.Os Meios de Hospedagem

Os relatos sobre os primeiros meios de hospedagem têm origem nas civilizações persa, romana e grega, porém bem diferentes das atuais, pois na época os visitantes eram recebidos em casa ou em outros locais confortáveis, mesmo que o hóspede fosse um estranho ou amigo. Tal atividade era vista como uma ação sem fins lucrativos, como algo caridoso. Aldrigui (2007)

Economicamente falando os equipamentos de hospedagem, são a base do turismo, pois é o setor onde os visitantes investem mais dinheiro durante o seu roteiro turístico. Os meios um de hospedagem são capazes de influenciar todo o trajeto já previsto por turista, começando pelo nível de conforto do equipamento até o atendimento dos colaboradores de um estabelecimento, pois para o viajante todo o conjunto da uma viagem deve suprir as suas expectativas.

Atualmente podemos encontrar uma ampla tipologia destes meios.

Apesar de o hotel ser um clássico meio de hospedagem e um dos mais conhecidos, há outros empreendimentos neste ramo e inclusive há uma grande porcentagem de turistas que tem tido preferência em se hospedar em imóveis alugados, casa de amigos, parentes ou alternativos. Eles são divididos em dois distintos grupos, os equipamentos hoteleiros e os equipamentos extra- hoteleiros, também considerados alternativos. (ALDRIGUI, 2007).

3.1 Classificação dos Meios de Hospedagem Quanto a sua Categoria

A medida que cresce o turismo, os governos passaram cada vez mais a controlar os hotéis através de determinações, tendo em vista a segurança do cliente e qualidade dos serviços prestados por estes. Nascendo assim a necessidade de haver uma classificação para que assim previamente pudesse saber quais seriam os serviços prestados por estes e o que encontrariam. (CASTELLI, 2003, p. 59)

Com a instituição da Deliberação 429/2002, tem-se uma nova definição dos padrões ideais de classificação dos meios de hospedagem, no intuito de classifica-los dar a eles uma ordem padrão que neste caso será representado pelo número de estrelas. Classificação essa que avalia o empreendimento em diversos aspectos, entre eles: segurança, higiene, manutenção, atendimento ao hóspede, setor habitacional, recepção, portaria, áreas sociais, reuniões, entre outros.

Neste novo sistema de classificação, houve um aumento de número de categorias, de cinco para seis (como se vê na Tabela abaixo). As

categorias de estrelas que eram de 01 a 05 já classificadas pela EMBRATUR E ABIH agora ganham a cinco estrelas plus (nova classificação) que apresenta também características próximas as outras, o que as diferencia são pequenos detalhes.

Uma e Duas Estrelas: o hotel nesta classificação possui um ambiente simples, mas que atende as necessidades do cliente, com acessório e mobiliário de qualidade simples que permitem níveis mínimos de conforto e funcionalidade; mas com preço reduzido;

Três Estrelas: este nível classificatório possui ambientes formais e convencionais que oferecem ao hóspede mais conforto e comodidade do que a primeira classificação, possuem mobiliário e acessórios de qualidade e possui preços médios de acordo com os serviços de oferece;

Quatro Estrelas: possui níveis de conforto mais elevados, pois têm-se áreas amplas e muito confortáveis, porém com preços superiores que condizem com o serviço oferecido;

Cinco Estrelas: nesse caso o hóspede pode usufruir de ambientes sofisticados e extremamente confortáveis, com mobiliários e acessórios de melhor qualidade possível;

Cinco Estrelas Plus: esta classificação possui o mais alto nível de conforto, pois são ambientes luxuosos, com mobiliários e acessórios da mais excelente qualidade e com desenho singular, único, assim como objetos de decoração luxuosos com isso o hóspede pagará um preço bem maior aos em relação aos das outras categorias.

Para que a classificação dos hotéis seja feita existem quatro tipos de identificação: por Números (1ª, 2ª classe ou categoria); por letras (A, B ...); Misto (letras e números: A1, etc) ou por letras e símbolos (estrelas H****, HH*** etc.).

Quadro 01: Classificação dos Hotéis

Categoria	Estrelas
Super Luxo	★ ★ ★ ★ ★ SL
Luxo	★ ★ ★ ★ ★
Superior	★ ★ ★ ★
Turístico	★ ★ ★
Econômico	★ ★
Simplex	★

(Fonte : ABIH)

Há algum tempo já é colocado a questão das cinco estrelas super luxo, tanto é que há várias reportagens a respeito e inclusive construções luxuosas já sendo apontadas como cinco estrelas super luxo e que antes eram se auto intitulavam seis estrelas pois apresentavam mais serviços e luxos que o cinco estrelas.

3.2 . Classificação dos Meios de Hospedagem Quanto aos Seus Serviços:

Como existem vários meios de hospedagem no Brasil e no mundo fez-se necessário classifica-los quanto as suas categorias e isso exige algumas metodologias de avaliação.

A mais comum é baseada em estrelas (*****) que vem da influência europeia, em que se estabelecem critérios definidos e dar-se um número de estrelas. Duarte (2003) disserta sobre o histórico das classificações hoteleiras e afirma que a primeira foi implantada no Brasil, sobre a administração da EMBRATUR, no fim da década de 70 como tentativa de ordenar o setor. Elaborou-se então uma planilha de avaliação e a classificação era cedida de acordo com o cumprimento dos requisitos propostos que abrangiam três áreas: os aspectos construtivos, instalações e equipamentos e serviços.

Em 1998 a EMBRATUR revogou e cancelou essa matriz de categoria e o criou uma nova que deveria atender aos padrões do INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia). Em 2002 a EMBRATUR com a ABIH (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Maranhão) associadas elaboraram uma nova classificação que teve baixa adesão e foi revogada em 2008. Em 2010, a portaria de nº 17, de 12 de fevereiro, tornou sem efeito o Regulamento do Sistema Oficial de Classificação de Meios de Hospedagem aprovado pela Deliberação Normativa da Embratur de nº 429 de 23 de abril de 2008 e revogou a Deliberação Normativa da Embratur de nº 376 de 14 de maio de 1997, que se tratava do sistema de classificação em vigor desde 1998. Sendo assim, em 2010, o Sistema de Classificação, vigente até o presente momento, foi apresentado e em 2011 sancionado pela portaria nº 100, de 16 de junho de 2011, elaborado de forma participativa através de parcerias com o MTur (Ministério do Turismo), o Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia), a Sociedade Brasileira de Metrologia – SBM, e a sociedade civil. Adotado como estratégia para aumentar a competitividade do setor no país.

O Sistema Brasileiro de Classificação de Hotéis está baseado em três grandes requisitos a que os meios de hospedagem devem atender: infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Os requisitos são de cumprimento obrigatório; e eletivos, aqueles de livre escolha dos meios, tendo como base uma lista pré-definida. Para cada estrela adicional o hotel deve cumprir com uma série de requisitos que diferenciam as categorias entre si (Ministério do Turismo).

Este sistema estabeleceu sete tipos de meios de hospedagem, para atender a diversidade da oferta hoteleira nacional: a) Hotel; b) Resort; c) Hotel Fazenda; d) Cama & Café; e) Hotel Histórico, f) Pousada e g) Flat/ Apart-Hotel, utilizando a já consagrada simbologia de estrelas para diferenciar as categorias. (Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem).

- a) **Hotel:** Estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo do hóspede, mediante cobrança de diária. Para o meio de hospedagem Hotel o SBClass estabelece as categorias de uma estrela (mínimo) a cinco estrelas (máximo).
- b) **Resort:** Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento. Para os meios de hospedagem Resort, o Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem estabelece as categorias de quatro estrelas (mínimo) a cinco estrelas (máximo).
- c) **Hotel Fazenda:** Localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária que ofereça entretenimento e vivência no campo, de quatro estrelas (mínimo) a cinco estrelas (máximo).
- d) **Cama & Café:** Hospedagem em residência com máximo de três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã, limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento resida. Para o meio de hospedagem Cama e Café, o Sistema estabelece as categorias de uma estrela (mínimo) a quatro estrelas (máximo).
- e) **Hotel Histórico:** Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida. Entende-se como fatos histórico-culturais aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos. Para o meio de hospedagem estabelece as categorias de três estrelas (mínimo) a cinco estrelas (máximo).
- f) **Pousada:** Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs. Estabelecem as categorias de uma estrela (mínimo) a cinco estrelas (máximo).

- g) **Flat/ Apart – hotel:** Constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação. Estabelecem as categorias de três estrelas (mínimo) a cinco estrelas (máximo)

3.3 Classificação do hotel quanto ao tamanho:

A classificação quanto ao tamanho é outra classificação, chamada por Duarte (2003), como não oficiais. O Conselho Nacional do Turismo através da Resolução 1.023 que é o órgão normativo do Ministério da Indústria definiu que, uma pequena empresa é aquela que tem faturamento anual de 1.5 milhões de reais; a média empresa é aquela que tem faturamento anual de maior que o anterior até 12.750 milhões de reais; e a grande empresa é aquela que tem faturamento superior ao anterior. A classificação pode ser feita pelo número de apartamentos também, como mostrado no quadro abaixo:

Quadro 02: Classificação quanto ao faturamento:

TAMANHO DO HOTEL	FATURAMENTO ANO	NÚMERO DE APARTAMENTOS
PEQUENO	ATÉ 5,1 MILHÕES	1 a 40
MÉDIO	DE 5,1 A 12,750 MILHÕES	41 a 200
GRANDE	MAIS QUE 12,750 MILHÕES	Maior que 200

Fonte: Baseado em Duarte 2003 – Adaptado pela autora (2018).

3.4 Classificação Quanto ao Mercado:

Em relação ao seu principal público os principais equipamentos da hotelaria podem também ser classificados Segundo Duarte 2002, pg.38:

Hotéis Executivos: Os principais consumidores são os hóspedes que estão hospedando-se por conta do trabalho, são os que para resolver algo para a empresa que trabalham, são viagens feitas a negócios. Logo esse hotel tem

que atender as necessidades destes que estão a negócios, treinamentos e reuniões.

Localizações: Centro da cidade, Aeroporto, Rodoviária, Centro comercial, industrial etc.

Finalidades: Residência provisória, longa ou média permanência, pernoites, Day use (uso da unidade habitacional somente durante o dia), reuniões.

Lazer ou Saúde: São hotéis voltados para atender a família, a pacotes turísticos e convenções. Ex.: hotel cassino, Spa, Resort etc.

Localizações: Praia, Campo, Montanha, Estância Hidromineral e climática e etc.

Finalidades: Entretenimento, renovar energia, uso terapêutico e etc.

Entender as classificações é necessário para saber quais serviços devem ter determinados hotéis e o que esperar ao se hospedar em cada um deles.

4. METODOLOGIA

4.1. Tipo de Pesquisa

Esta pesquisa está estruturada do modo descritivo-exploratória, com características qualitativas, que teve como ferramentas entrevista estruturada e a observação direta no ambiente escolhido, brevemente apresentado, assim como o método a ser trabalhado, partindo do embasamento teórico necessário para auxiliar na coleta de dados.

4.2.. O Local de Estudo

O Estudo de Caso aconteceu no Stop Way Hotel em São Luís. Este atua no ramo de prestação de serviço na hotelaria. A população escolhida foram os hóspedes deste hotel e o proprietário do hotel.

4.3. Caracterização da Empresa e Ramo de Negócios:

O Stop Way Hotel é um empreendimento de categoria familiar como muitos outros em São Luís- MA. Está localizado na área litorânea da capital maranhense, na Praia da Ponta D'Areia, sendo de categoria econômica e se auto classificando como 03 estrelas, de administração familiar. Seu funcionamento se deu a partir do ano 2010, oferecendo a seus hóspedes e clientes uma estrutura com 121 Unidades Habitacionais (UH's) distribuídas em 11 andares. Alguns apartamentos dispõem de vista para o mar ou para a Laguna (Lagoa) da Jansen, de acordo com a preferência da clientela, sem custos adicionais.

Seu principal público é o cliente do segmento de Turismo de Negócios, que tem como prioridade o conforto, e a oferta de bons serviços. Segundo Brasil (2010, p.15), o segmento apontado compreende "o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social".

Seguindo-se o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), é possível enquadrar o Stop Way na categoria de Hotel Executivo (aqueles que é voltado para ao público gerado por empresas).

O Stop Way hotel caracteriza-se por um hotel de médio porte, apresentando, dessa forma, uma demanda bastante específica, que são os hóspedes que vem a negócio e também hóspedes que vem do interior da cidade para resolver algum assunto em particular, também a negócios, consultas médicas e assuntos afins.

A princípio, seu pico de ocupação dava-se em datas comemorativas como fim de ano, feriados e férias. Com o passar do tempo, o volume de concursos públicos em São Luís, muitas pessoas que passaram a sair de suas localidades para a realização de provas na Região, assim como o crescimento da demanda por palestras, cursos, seminários na capital do Maranhão, aumentando significativamente o volume de hóspedes nas épocas de baixa e alta temporada.

Comumente veem-se convênios empresariais com meios de hospedagem, para alojar equipes de profissionais que chegam à Ilha do Maranhão para compromissos empresariais, um fato que colabora para o aumento da ocupação entre 15% e 35%. Outro elemento que colaborou para elevar o número de hóspedes em diferentes temporadas do hotel foi a atualização de seu site e a inclusão do mesmo nas OTA's (*Online Travel Agencies*). Um investimento mensal que auxiliou na divulgação do mesmo, influenciando nas tarifas, tornando-as mais atraentes para a clientela. O Stop Way Hotel pode ser encontrado nas seguintes agências:

- Hotel Urbano; (não atribui nota)
- Decolar.com; (nota 7,4)
- Booking.com; (nota 8,5)
- TripAdvisor; (nota 4,0)
- CVC Viagens e (não atribui nota)
- Expedia. (nota 4,3)

Brito (2017) define esta ferramenta como empresas *online*, onde sites permitem que consumidores reservem serviços relacionados com viagens diretamente via internet, como grandes vitrines para seus negócios, aumentando suas vendas a partir da exposição de suas marcas associadas à velocidade nos procedimentos de pagamento instantâneo e confirmação de reservas. As OTA's também servem para qualificar os meios de hospedagem mais populares segundo o ponto de vista de seus clientes, o que serve de norteador para hóspedes em potencial, que fazem uso das notas e comentários sobre o empreendimento antes de efetuar sua reserva.

Dando devida notoriedade ao Site Booking que é de onde vem a maior demanda de hóspedes do hotel. Neste o hotel tem a segunda maior nota ficando atrás apenas do Luzeiros Hotel que é um hotel superior pois possui cinco estrelas conforme classificação anteriormente citada.

Quadro 04: Notas atribuídas aos hotéis no site Booking.com

1° LUZEIROS HOTEL	8,8
2° STOP WAY HOTEL	8,6
3° HOTEL BRISTOL	8,6
4° HOTEL IBIS	8,1
5° POUSADA TAMBAÚ	8,1
6° TULIP INN	8,1
7° NOBILE INN	8,0
8° PREMIER	8,0
9° AMERICAN FLAT	8,0
10° BRISA MAR	7,9

Fonte: Booking.com, 2017.

4.4. Análise da Dados

A análise de dados aconteceu de setembro de 2017 a Junho de 2018 no hotel analisado. Os resultados dos questionários aplicados com os hóspedes foram apresentados por meio de gráficos em forma de porcentagem, produzidos no programa Microsoft Word 2010.

4.5. Coleta de Dados

A coleta de dados ocorreu no período previsto, sendo ele de setembro de 2017 a 05 Junho de 2018. O universo da pesquisa deu-se por 25 hóspedes do Stop Way Hotel, entre eles 20 eram homens e apenas 04 eram mulheres, as perguntas podem ser vistas no (APÊNDICE A). Contando 12 perguntas dentre essas 05 são abertas. Foi utilizada também a observação direta pois o fato de a autora trabalhar neste hotel fica mais fácil para obter informações necessárias para a conclusão da pesquisa.

“A observação direta é uma técnica de coleta de dados que utiliza os sentidos para compreender determinados aspectos da realidade.” (LAKATOS E MARCONI, 1990, apud TCU BRASIL, 2010, p 5).

Sendo assim é necessário um complemento objetivo tendo como base a observação dos fenômenos e situações que acontecem no local de estudo.

6.6. Apresentação da Análise dos Resultados:

De acordo com Gil (2007, p.104) nas pesquisas desse tipo é possível identificar dois momentos na coleta de dados. No primeiro, o pesquisador tem por objetivo identificar as variações da variável independente nos grupos, bem como o controle das variáveis bem como o controle das variáveis intervenientes. No segundo, ele procura mensurar as variáveis dependentes.

Há diversos fatores que levam o indivíduo a se deslocar. De acordo com Dias (2003), existem 06 principais motivações:

Visitas a Parentes e Amigos: trata-se de uma forma de turismo que há uma responsabilidade familiar e social, de visitar os amigos e parentes, pode ser também, quando os estudantes que moram durante o ano letivo em outras cidades voltem para as suas casas.

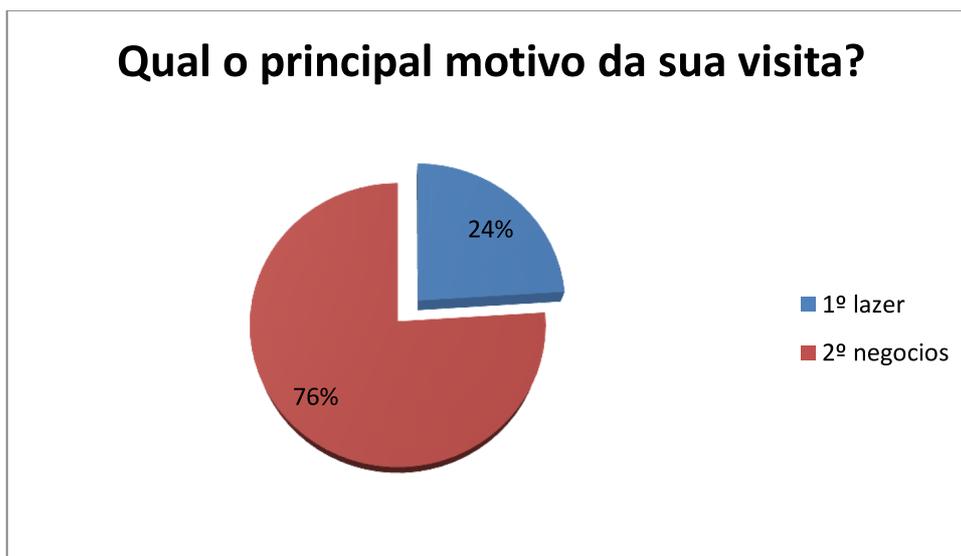
Negócios e Motivos Profissionais: viagem com cunho profissional, para assinar contratos, fechar negócios e etc.

Tratamentos de saúde: é o turismo que tem como objetivo o tratamento estético e de doenças.

Religião: turismo praticado com o objetivo de participar de eventos religiosos ou a cidades religiosas.

Outros Motivos: equipes que trabalham em aeronaves, navios ou trânsitos.

O gráfico 01 demonstra as respostas dadas sobre a motivação da visita à cidade.



Fonte: Dados coletados em campo, 2018.

Com isso pode-se concluir que o hotel possui uma demanda de quase sua totalidade em relação ao turismo de negócios. Os que responderam que estavam a lazer, estavam à procura de visitar os Lençóis Maranhenses (localizado em Barreirinhas, município do Maranhão) e vieram para conhecer as manifestações folclóricas que são oferecidas na cidade principalmente. 06 pessoas apenas responderam estarem em busca de lazer. Lembrando que o mês de junho é o período de alta estação por conta dos atrativos turísticos oferecidos pela cidade que são as amostras de danças folclóricas, como o Bumba meu Boi entre outras.

No próximo gráfico está sendo apresentado a avaliação feita pelos entrevistados a respeito das suas opiniões a respeito do que acham em relação a limpeza, ao conforto e a avaliação do hotel e isso é importante para o empreendimento para que eles possam saber como os hóspedes estão avaliando esses serviços e assim poderem melhorar.

O gráfico 02 mostra a avaliação dos hóspedes em relação a limpeza, ao conforto e a manutenção do hotel:



Fonte: Dados coletados em campo, 2018.

Segundo Castelli (2003, pg. 253) em relação a Manutenção “ Deve ser limpo diariamente e receber a manutenção preventiva adequada”. Pode-se afirmar que todos eles têm uma boa impressão nestes aspectos do hotel.

Os únicos pontos negativos descritos pelos hóspedes era em relação a uma infestação de mosquitos que se alimentam da matéria em decomposição da Lagoa da Jansen e no período chuvoso do estado acabam por se localizarem no hotel em alto número e mesmo o hotel tendo investido em mais funcionários para limparem o hotel ainda não conseguiram resolver o problema pois independe deles.

Quanto ao gráfico a seguir, este retratará como veem os hóspedes sobre o atendimento do hotel como um todo e ajuda assim o hotel a melhor avaliar o principal e mais importante serviço que possuem, pois este é sempre lembrado.

O Gráfico 03 mostra a avaliação dos hóspedes em relação as suas impressões quanto a simpatia, educação e profissionalismo dos funcionários do hotel para com eles:

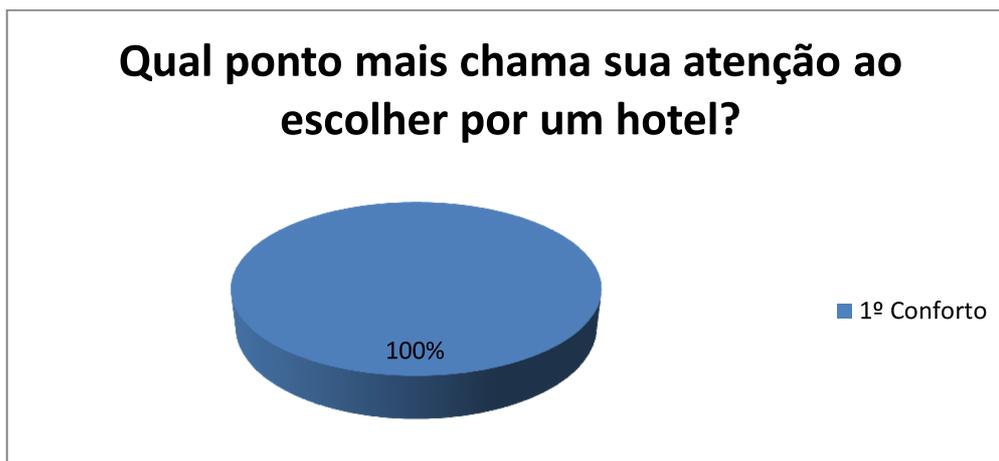


Fonte: Dados coletados em campo, 2018.

Segundo Ricci (2002, pg. 11) o grau de sensibilidade e percepção do interlocutor do hotel é de extrema importância e faz toda a diferença, o que cabe em relação às respostas dos hóspedes porque assim como alguns se sentem mais bem atendidos sendo mais informalmente atendidos, pode ser que outros se sintam ofendidos com isso.

Quanto às impressões dos mesmos em relação a esses quesitos foram boas e nas entrevistas todos estavam satisfeitos e alguns informaram que o atendimento informal fazia com que eles retornassem mais vezes ao hotel, pois parecia que estavam em casa pois alguns não mais viam alguns dos funcionários como simples prestadores de serviços, mas como amigos. As Observações foram de quem alguns dos funcionários eram muito formais. Assim podendo afirmar que eles queriam um atendimento respeitoso, mas um pouco mais formal.

No gráfico 04 se refere a pergunta de que ponto mais chama a sua atenção ao escolher por um hotel:



Fonte: Dados coletados em campo, 2018.

12 pessoas responderam que procuravam por conforto, o que me surpreendeu, ao serem questionadas o que seria o conforto para cada um deles, respostas diferentes foram dadas, o restante falou basicamente o que consta nos itens abaixo, levando a afirmar que o principal foco é o conforto notado de várias formas por cada um dos entrevistados.

- 01 delas foram as fotos em relação a estrutura do prédio e apartamentos nos portais de venda.
- Um segundo foi em relação a ser suprido as suas necessidades como tem mesa para estudo, luzes de led independentes para o trabalho.
- Um terceiro falou que um amigo havia contratado os serviços do hotel e passou as referências de um hotel confortável em relação a localização e a cama.
- Um quarto falou que quando falou confortável era em relação a ser o hotel mais próximo da casa de seus parentes que no caso poderia ser alterada a resposta para mais cômodo.

A pergunta de Número 05 tinha como objetivo obter respostas sobre os serviços do Stop Way e compreender se os mesmos supriram as suas expectativas. Apenas duas pessoas informaram que não, e ao serem questionadas a respeito da resposta, uma informou a questão dos mosquitos e a outra informou que o hotel apresentava aspectos diferentes às fotos dispostas no site.

Quanto a esse quesito Ricci (2002, p. 35) sugere que os hotéis tomem cuidado ao vender o seu produto na internet. “É importante fugir de sites que mostrem fotos de um apartamento que está a cara da suíte presidencial.”



Fonte: Dados coletados em campo, 2018.

Na questão de número 06, que se diz respeito a sugestões de melhoria do hotel, 05 não quiseram opinar, outros 04 informaram não ter sugestões. Um dos entrevistados informou que a qualidade dos produtos do café da manhã e a diversidade destes deveriam ser melhorados; 03 pessoas comentaram que precisava acabar com os mosquitos que causavam mau cheiro e ficavam voando a noite fazendo com que eles não conseguissem confortavelmente conversar, porém vale observar que os mosquitos são uma infestação que independe do hotel e esse toma medidas cabíveis como aumento da dedetização no hotel, reclamação junto a prefeitura que por sua vez esporadicamente envia um carro do 'Fumacê' para pulverizar a região da Lagoa. O hotel contratou mais pessoas para limpar o hotel e essa infestação acontece em todos os prédios que rodeiam a Laguna.

Na questão de número 07, os hóspedes foram instigados a falar do que mais gostaram no hotel, 23 respondeu que foi o atendimento, uma falou sobre o café da manhã que estava incluso na tarifa, o custo benefício do hotel e outra falou sobre o conforto da cama. Todo o restante dos entrevistados citaram o atendimento de diversas formas, como por exemplo a forma:

Uma das entrevistadas falou que ao solicitar que esquentassem uma água para ela, explicaram que no horário que ela pediu não havia uma pessoa em específico para fazer, porém iriam fazer e além disso ela informou que foi rápido

apesar de ser uma exceção. Pode-se assim perceber que as exceções e concessões feitas aos hóspedes são sempre lembradas.

Na questão de número 08 os hóspedes foram questionados se fariam ou não a indicação do hotel a outros, todos sem exceção responderam que sim. A importância de tal informação para o hotel é o fato deles saberem que estão prestando o serviço de forma correta e assim continuarem a motivar os seus funcionários a prestarem um bom serviço.

Verificando que apesar de alguns fazerem observações a respeito de alguns detalhes no final todos avaliaram muito bem o hotel no geral. Castelli (2003. p122) afirma que “o cliente pode nem sempre ter a razão, mas, mesmo assim, deve continuar em primeiro lugar simplesmente porque ele é o maior patrimônio da empresa”.

A questão de número 09: objetivou verificar a nota que cada um daria ao Hotel de 05 a 10, os resultados foram apresentados no gráfico que se segue:



Fonte: Dados coletados em campo, 2018.

A questão de número 10 descreve a forma que o hóspede conheceu o hotel. Os dados obtidos foram:

- Indicações de terceiros
- Internet
- Fachada do hotel chamou a atenção.

Quando se fala em vendas pela internet Ricci (2002, pg 33) diz que a internet encurtou o processo de reservas entre o cliente e o hotel e que dia após dia novos sites nos conduzem ao processo de reservas *on-line*. Quando um dos entrevistados falou que fazia suas reservas no hotel pela internet ele informou também que um dos pontos dele ter comprado os serviços do hotel foram os comentários que lá estão sobre o hotel, por outros que também já utilizaram o serviço e as notas que atribuíram ao mesmo, ferramenta essa utilizada pelos sites de busca para melhor avaliar os hotéis que fazem parte do seu portfólio e haver mais interação entre os usuários de tal site.

Na Questão de número 11 os entrevistados foram arguidos sobre sua pretensão de retorno ao hotel. Todos responderam de sim.

Castelli (2003, p. 29) nos traz a informação de que “as empresas prestadoras de serviço devem apostar fundamentalmente na qualidade do elemento humano, já que a excelência do serviço, condição de competitividade e sobrevivência da empresa, depende de como esse elemento humano está interagindo com os clientes”.

A questão de número 12 traz informações sobre o Estado de origem dos entrevistados. Colaboraram com este trabalho:

- 5 pessoas de Minas Gerais;
- 3 pessoas do Maranhão;
- 3 pessoas de São Paulo;
- 2 pessoas do Rio de Janeiro;
- 2 pessoas de Goiânia;
- 1 pessoa de Pernambuco;
- 2 pessoas do Pará;
- 1 pessoa do Paraná;
- 2 pessoas do Espírito Santo;
- 1 pessoa do Distrito Federal;
- 3 pessoas do Ceará.

Veja quão importante é um hotel receber pessoas de diversas culturas e regiões e mesmo assim ter uma boa avaliação, pois cada um avalia ao seu modo tendo como base o que conhece e entende como ser o melhor.

Por se tratar de um empreendimento familiar, gerido por alguém sem formação específica na área de Hotelaria, seu ponto de vista sobre a forma de gerir um empreendimento mostra-se relevante, ao considerar seu bom posicionamento mercadológico, para compreender seu segredo para o sucesso.

O Sr. Paulo Roberto Mocelin, acredita que escolher a Gestão Familiar o aproxima mais de seu objetivo no mercado, citando a popular frase de que 'o olho do dono que engorda o gado', preferindo sempre possível estar por perto para avaliar a organização dos setores no empreendimento.

Ao ser arguido sobre a maior dificuldade neste tipo de gestão, o entrevistado apontou a falta de preparo dos funcionários. O que Castelli afirma: Não se pode mais duvidar de que um trabalho feito com conhecimento, com técnica e com atitudes profissionais condizentes resultará em um aumento de produtividade, numa melhor competitividade e num aumento de produtividade.

Nos chama a atenção que o mesmo não possui formação em Hotelaria, Administração ou mesmo curso de capacitação que o qualifique ou lhe dê uma visão do papel esperado de um gestor de meio de hospedagem. O Sr. Paulo é formado em Engenharia Civil e possui 40 anos de experiência no mercado comercial de gestão de pessoas, tendo iniciado sua carreira construindo e vendendo casas, apartamentos e terrenos.

O suporte do empreendimento se dá através da equipe de colaboradores que contém uma gerente geral com formação incompleta em Turismo, um escritório cuida da contabilidade do hotel, e outro para questões jurídicas.

Infelizmente, ao ser arguido sobre o interesse de outros membros da família que apresentem interesse em gerir o empreendimento, a resposta obtida nos traz como dados mais relevantes o desejo do mesmo que isto

aconteça, porém, não percebe até o presente momento esta intenção entre familiares sanguíneos.

Uma alternativa para a manutenção do Stop Way seria associá-lo a uma Rede de Hotéis, dada a resposta anterior, mas o entrevistado não considera esta opção, pois não considera rentável, considerando ainda que o pagamento de royalties pode acabar atrapalhando a rentabilidade do hotel.

O proprietário entende do mercado, mas sabe das suas limitações, e está sempre participando de tudo e a decisão final sempre é dele, mas ele pede opinião dos funcionários a respeito do que acham que deve ser melhorado, se mostrou preocupado com o bem-estar dos funcionários e procura sempre estar bem assessorado por profissionais de determinadas áreas para resolver problemas que ele desconhece como resolver. Uma equipe com mais conhecimento e técnica desenvolve mais e conseqüentemente apresenta um melhor trabalho segundo ele pois está mais bem preparada para as adversidades que por ventura venham a aparecer.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Um hotel que iniciou com uma ideia com um diferencial dentre tantos outros familiares, gerido por seu o proprietário, que compreendeu que precisava de ajuda de quem entendia do assunto, buscou, investiu e permitiu que a empresa organizasse, determinasse e pudesse fazer o seu trabalho sem interferências.

Pode se assim observar que o fato do hotel se manter bem posicionado no site Booking.com é o atendimento diferenciado dado aos hóspedes e geralmente as solicitações feitas através do site são atendidas e como pode ser visto nos questionários isso conta bastante nas avaliações feitas posteriormente feitas pelos mesmos.

Com base nessa pesquisa, pode-se perceber que o hotel de categoria econômica tem restrições como quadro de funcionários enxuto, espaço físico reduzido e serviços limitados e a forma de se sobressair ainda está na qualidade do que é oferecido. Principalmente no quesito atendimento e para que isso aconteça é necessário sem a menor dúvida que devam gostar daquilo que se está fazendo, entender o que se faz e ter conhecimento que a melhor forma de se obter resultados expressivos é com estudos.

Sabe-se também que a hotelaria familiar tem os seus pontos fortes, mas não poder deixar de se adaptar ao mercado que está em constante mudança e nem perder o padrão, que possui seus serviços e para que isso aconteça é sempre necessário ser buscado um padrão de qualidade. Seus funcionários devem ser capazes de resolver pequenos problemas corriqueiros, mostrando-se e dispostos a isso, coisa essa que não falta no hotel, pois todos entendem que devem se ajudar. Apenas decisões mais importantes são tomadas pelo proprietário/gestor.

A empresa também tem uma grande responsabilidade e precisa saber e entender qual é. Para se manter no mercado deve entender o potencial dos seus funcionários, treiná-los e motivá-los, pois, assim como os hóspedes são o seu maior patrimônio quem trata diretamente com eles deve

estar disposto a fazer isso da melhor forma possível e isso só acontecerá se ele for bem liderado.

A partir da compreensão da importância de liderar e como fazer isso para que todos sejam estimulados a prestarem melhor os seus serviços proporcionam que todos tenham o verdadeiro conhecimento dos seus valores, das suas competências e de que forma deveria fazer para que seja o maior aliado da empresa em prol dos objetivos desta.

No mercado competitivo o Stop Way Hotel possui características como: o comprometimento dos seus colaboradores, a empresa desenvolvendo as políticas gerenciais que está sempre observando a necessidade de seus funcionários e expõe os problemas para que todos tenham uma noção real de como está a empresa e faz com que todos saibam das estratégias para alcançar mais rentabilidade e busca sempre estar na internet com boas tarifas e bastante divulgação nos sites de busca.

O que se nota através dos questionários e de uma análise cotidiana dos dias que foram feitos o trabalho, é que todos são instruídos para servirem os hóspedes da melhor forma possível e que o diferencial do hotel está nos detalhes. Um exemplo disso é o fato de que assim que um hóspede chega na recepção e pergunta sobre uma disponibilidade e não há no hotel, simplesmente poderiam falar: Não temos. Porém o cliente só sai de lá depois que os recepcionistas ligam para outros hotéis solicitando disponibilidade e ainda ajudam na negociação dos valores. Isso é um diferencial no quesito hospitalidade, se mostrar interessado em ajudar e fazer.

Sendo assim ao meu ver uma das fórmulas para o sucesso de uma empresa está diretamente ligado ao conjunto: empresa, funcionários e hóspedes. Quando cada um é consciente do seu papel e está disposto a sempre buscar por melhoras é quase certo que essa empresa vai se sobressair diante das outras.

O hotel encanta por apesar de ser econômico, ter sido pensado nos pequenos detalhes para oferecer a melhor acomodação possível e que tudo estiver disponível.

Sendo assim ao meu ver uma das fórmulas para o sucesso de uma empresa está diretamente ligado ao conjunto: empresa, funcionários e hóspedes. Quando cada um é consciente do seu papel e está disposto a sempre buscar por melhoras é quase certo que essa empresa vai se sobressair diante das outras.

REFERÊNCIAS

- 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.
- CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral Da Administração: Uma visão abrangente das Organizações**. Revisada e Atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier. 2011.
- CHON, Kye-Sung; SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- CORREIA, Jonilson Costa. **O Tecnólogo em Hotelaria e o Mercado de Trabalho na cidade de São Luis**. Universidade Federal do Maranhão: São Luís, 2008.
- COSTA, Gilvânia de Jesus Castro Corvelo. **A hotelaria em São Luís: um estudo da hotelaria familiar e de rede internacionais**. 2011. Monografia (graduação em Hotelaria)- Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2011.
- DUARTE, Sérgio Ricardo; Silva, Pedro Juan. Gestão familiar versus gestão de rede na Hotelaria em Fortaleza. In.: **Revista Hospitalidade**. V XII, n. 02. Dez 2015. Disponível em: [file:///D:/Dados/Downloads/605-1885-1-PB%20\(1\).pdf](file:///D:/Dados/Downloads/605-1885-1-PB%20(1).pdf)
Acesso em 26 de agosto de 2017.
- DUARTE, Vladir Vieira. **Administração de Sitemas Hoteleiros – Conceitos Básicos**. São Paulo: Senac, 1996.
- GARCIA, Volnei Pereira. **Desenvolvimento das famílias empresárias**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesuisa**. 4. Ed., São Paulo, Atlas, 2007.

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

MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2004.

MIRANDA, Luiz César de. **Hotelaria Independente**: um enfoque no mercado hoteleiro De Cuiabá-M.T. 2006. (Monografia em Administração) Universidade Anhembí-Morumbi – São Paulo, 2006.

RICCI, Renato. **Hotel Gestão Competitiva no Século XXI**, Rio de Janeiro: 09. ed., 2003.

SEBRAE. **Princípios da Qualidade**. 2 ed. Porto Alegre: SEBRAE, 2000. v. I.

SECRETARIA. Municipal de Turismo. SETUR. **Análise Mercadológica dos Meios de hospedagem**, São Luís- MA, 2017.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Empresa familiar**. São Paulo: Atlas, 1999.

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

WERNER, René. **A Família & negócios**: um caminho para o sucesso. Barueri, São Paulo: Manole, 2004.

www.booking.com/hotel/br/stop-way.pt-br.htm. Acesso em 01 de setembro de 2017.

-----**Perfil de Negócios de Hotelaria** (hotéis e pousadas) SEBRAE 2014.

www.jornalcazumba.com.br. Acesso em 06 de junho de 2018 as 20:22.

<http://www.turismo.gov.br/>. Sistema SBclass. Acesso em 01 de Janeiro de 2018.

APÊNDICES:

APÊNDICE 01

Questionário aplicado aos Hóspedes do Stop Way Hotel:



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE HOTELARIA E TURISMO- CCSO
CRUSO: BACHARELADO EM HOTELARIA

Questionário
(HÓSPEDES)

1. Qual é o principal motivo da sua visita?
2. Quanto aos apartamentos em relação a limpeza, o conforto e a manutenção:
Ótimo, bom, regular ou ruim.
- 3- Impressão geral do hotel, quanto a simpatia, educação e profissionalismo, nos quesitos:
Ótimo, bom, regular ou ruim.
- 4- Qual ponto mais chama a sua atenção ao escolher por um hotel?
- 5- Os serviços do Stop Way Hotel supriu as suas expectativas?
- 6- O quê, na sua opinião precisa melhorar neste hotel?
- 7- O que mais gostou no hotel?
- 8- Indicaria o hotel para outras pessoas?
- 9- Qual nota daria ao hotel de 05 a 10?
 - 1- Como ficou sabendo do hotel?
 - 2- Pretende voltar ao hotel?
 - 3- Qual é o seu estado de origem?

APÊNDICE 02

Questionário aplicado ao Proprietário do Stop Way Hotel:



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE HOTELARIA E TURISMO- CCSO
CRUSO: BACHARELADO EM HOTELARIA

Questionário
(PROPRIETÁRIO)

- 01- Porque a opção de gestão familiar?
- 02- O que o senhor acha mais difícil em gerir um hotel?
- 03- O senhor fez algum curso de capacitação em gestão ou um curso superior que o ajude na gestão do hotel?
- 04- Há colaboradores internos ou externos que o ajudem na gestão?
- 05- Percebe algum interesse entre os membros da sua família em manter a gestão do hotel?
- 06- Pensa em se associar a alguma rede de meios de hospedagem?

APÊNDICE 03



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO – UFMA
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA

Pesquisadora: Giralayne Lima da Silva
Orientadora: Ana Letícia Burity da Silva

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

O (A) Sr. (ª) está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa **“O Stop Way Hotel e seu diferencial no mercado hoteleiro de São Luís. Uma abordagem sobre a hotelaria familiar**, de responsabilidade da pesquisadora Giralayne Lima da Silva.

Esta pesquisa busca analisar a situação da hotelaria independente em São Luís frente a concorrentes da hotelaria de rede e mostrar quais os investimentos estão sendo feitos para encarar a concorrência. Tendo por intuito estudar a hospitalidade como diferencial para o atendimento, além de outras ações como investimentos em tecnologias e a importância da qualificação do profissional de hospitalidade.

A fim de conhecer o seu olhar a cerca desta problemática, lhe será aplicado um questionário aberto e estruturado, que cumpre a Resolução CNS 466/96, sobre as Diretrizes e Normas Regulamentadoras de Pesquisa Envolvendo Seres Humanos.

Desde já esclareço que a pesquisa não traz risco nenhum ao participante, e que este pode ter seus dados retirados da pesquisa a qualquer momento sem aplicação de pena ou punição. Da mesma forma, garanto o sigilo dos dados confidenciais e a preservação da identidade do participante. Informo também que não haverá nenhum tipo de gratificação ou bonificação pela participação no estudo, e que os dados obtidos poderão ser utilizados em trabalhos, pôsteres e apresentações em congressos. Eu, _____, declaro ter sido informado(a) e concordo em participar, como voluntário(a), do projeto de pesquisa acima descrito.

São Luís/MA, _____ de _____ de 2018.

Giralayne Lima
(Pesquisadora)

ANEXOS:

Coffee Shop do hotel (onde servem lanches e bebidas 24h)



Fonte: Arquivos do hotel



Lagoa da Jansen – Fonte: arquivos do hotel



Fachada do hotel – Fonte: arquivos do hotel



Recepção do hotel – Fonte: arquivos do hotel

Sala Lençóis:



Fonte: arquivos do hotel



Placa da sala de Eventos. Fonte: arquivos do hotel

QUARTO CASAL:



Fotos do café da manhã servido aos hóspedes. Fonte: arquivos do hotel



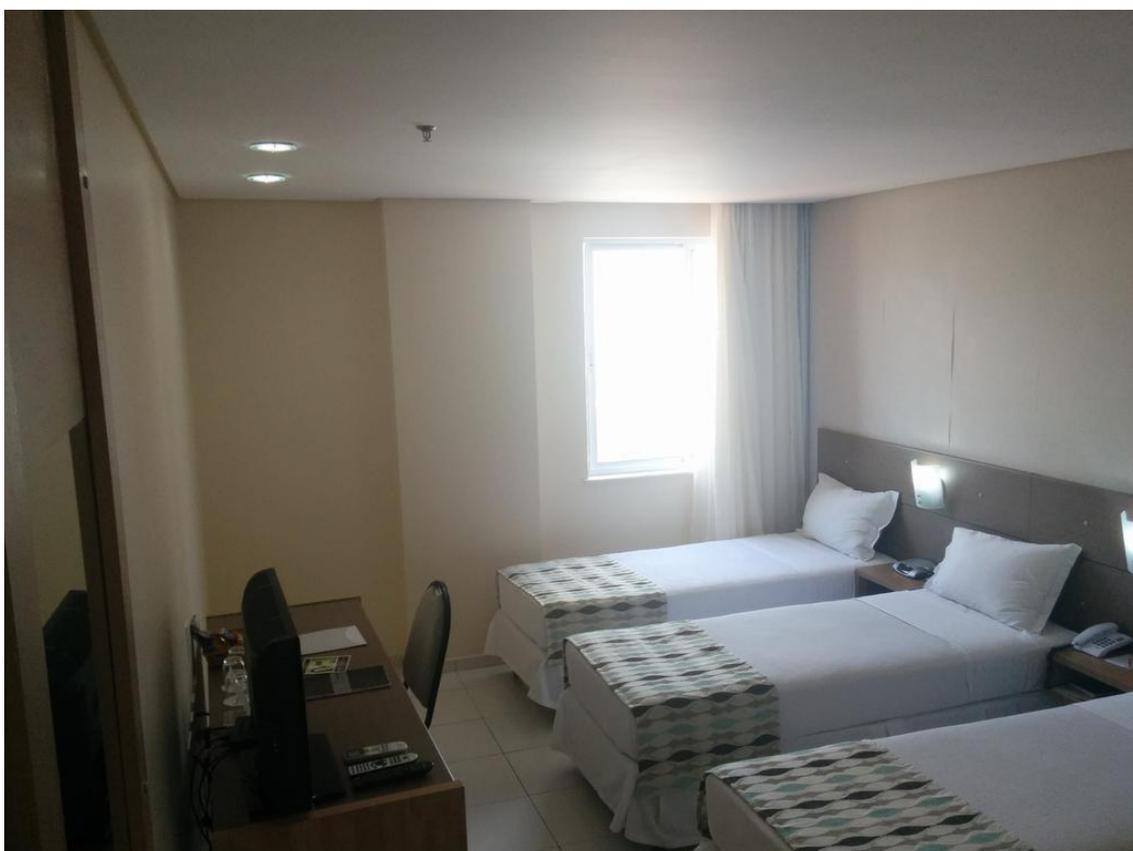
Banheiro dos apartamentos, todos são iguais. Fonte: arquivos do hotel



Restaurante do hotel – Fonte: arquivos do hotel.



Recepção em um novo ângulo – Fonte : arquivos do hotel



Apartamento triplo – Fonte: Arquivos do hotel.



Apartamento do hotel – Fonte: arquivos do hotel.