

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO
CAMPUS SÃO BERNARDO

RAFAELA MACHADO FERREIRA

GESTÃO DA QUALIDADE EM SERVIÇOS TURÍSTICOS: análise dos meios de
hospedagem de São Bernardo – MA

São Bernardo - MA

2021

RAFAELA MACHADO FERREIRA

GESTÃO DA QUALIDADE EM SERVIÇOS TURÍSTICOS: análise dos meios de
hospedagem de São Bernardo – MA

Artigo apresentado ao curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Maranhão, campus São Bernardo, para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Tatiana Colasante

São Bernardo – MA

2021

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Ferreira, Rafaela Machado.

Gestão da qualidade em serviços turísticos : análise dos meios de hospedagem de São Bernardo MA / Rafaela Machado Ferreira. - 2021.

34 f.

Orientador(a): Tatiana Colasante.

Curso de Turismo, Universidade Federal do Maranhão, São Bernardo, 2021.

1. Ferramentas da qualidade. 2. Meios de hospedagens em São Bernardo, Maranhão. 3. Qualidade nos serviços turísticos. 4. Turismo. I. Colasante, Tatiana. II. Título.

RAFAELA MACHADO FERREIRA

**GESTÃO DA QUALIDADE EM SERVIÇOS TURÍSTICOS: análise dos meios de
hospedagem de São Bernardo – MA**

Artigo apresentado ao curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Maranhão, campus São Bernardo, para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Tatiana Colasante

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Tatiana Colasante (Orientadora)

Doutora em Geografia (Universidade Estadual Paulista – Presidente Prudente)
Universidade Federal do Maranhão – Campus São Bernardo

Prof.^a Karoliny Diniz Carvalho

Mestra em Cultura e Turismo (Universidade Estadual de Santa Cruz -UESC-BA)
Universidade Federal do Maranhão – Campus São Bernardo

Prof.^a Vanderley Rabelo de Jesus

Mestre em Cultura e Sociedade (Universidade Federal do Maranhão – PGCut/UFMA)
Universidade Federal do Maranhão – Campus São Bernardo

GESTÃO DA QUALIDADE EM SERVIÇOS TURÍSTICOS: análise dos meios de hospedagem de São Bernardo – MA

Rafaela Machado Ferreira¹

Tatiana Colasante²

Resumo: Dentre os setores da atividade turística, os meios de hospedagem tornam-se essenciais, uma vez que o turista ao se deslocar para outras localidades necessita de pernoite. Com isso, muitos deles, procuram hotéis para se hospedar. Nesse sentido, a qualidade nos serviços prestados deve refletir hospitalidade e excelência, o que vai possibilitar que o turista tenha uma experiência positiva durante a sua estadia. Diante disso, o artigo apresenta um estudo de caso sobre a qualidade nos meios de hospedagem em São Bernardo, uma cidade pequena do leste do Maranhão, mas com importante estratégia locacional que atrai muitos visitantes em dias de festejos. Na construção teórica do estudo foram pesquisados temas sobre turismo, meios de hospedagem e normas de qualidade a partir de estudos de Barreto (2014), Vieira (2003), Castelli (2006), Okland (1994), Ignarra (2007) entre outros. Na pesquisa de campo, em função da pandemia, foram utilizados dados de uma pesquisa de campo realizada em 2019 na qual foram entrevistados gerentes dos maiores estabelecimentos hoteleiros da cidade com a finalidade de investigar as estratégias adotadas para implementar ações de qualidade nos serviços prestados. Para verificar se, de fato, os hotéis de São Bernardo estão ofertando um serviço que atenda às necessidades dos clientes, foram analisadas também a percepção dos hóspedes a partir de comentários publicados nas redes sociais. De acordo com as informações obtidas, verificou-se os meios de hospedagens analisados ainda precisam melhorar muito com relação ao atendimento e aos serviços ofertados. Dessa forma, é necessário levar em consideração as sugestões de melhoria para alavancar os resultados de excelência na prestação de serviços do empreendimento para oferecer um bom serviço aos clientes.

Palavras-chave: Qualidade nos serviços turísticos, turismo. meios de hospedagens em São Bernardo Maranhão. Ferramentas da qualidade.

QUALITY MANAGEMENT IN TOURIST SERVICES: analysis of accommodation facilities in São Bernardo-MA.

Abstract: Among the tourist activity sectors, the means of accommodation become essential, since the tourist when traveling to other locations needs an overnight stay. With this, many of them look for hotels to stay. In this sense, the quality of services provided must reflect hospitality and excellence, which will enable tourists to have a positive experience during their stay. Therefore, the article brings discussions about the quality of accommodation in São Bernardo, a small town in the east of Maranhão, but with an important locational strategy that attracts many visitors on festive days. In the theoretical construction of the study, topics on tourism, accommodation and quality standards were researched based on studies by Barreto (2014), Vieira (2003), Castelli (2006), Okland (1994) among others. In the field research, due to the pandemic, data from a field research carried out in 2019 were used, in which managers of the largest hotel establishments in the city were interviewed in order to investigate the strategies

¹ Graduanda em Bacharelado em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA/Campus São Bernardo). Endereço eletrônico: rafaelamachado20166@gmail.com.

² Doutora em Geografia pela Universidade Estadual Paulista. Docente Adjunta do Curso de Bacharelado em Turismo (UFMA/Campus São Bernardo). Endereço eletrônico: tatiana.colasante@ufma.br

adopted to implement quality actions in the services provided. To verify if, in fact, the hotels in São Bernardo are offering a service that meets the needs of customers, the perception of guests was also analyzed based on comments posted on social networks. According to the information obtained, it was verified that the analyzed means of accommodation still need to improve a lot in relation to the service and services offered. Thus, it is necessary to take into account the suggestions for improvement to leverage the results of excellence in the provision of services by the enterprise to offer a good service to customers.

Keywords: Quality in tourist services, tourism. types of accommodation in São Bernardo Maranhão. Quality tools

INTRODUÇÃO

No turismo, o setor de meios de hospedagem é fundamental, uma vez que a partir dos deslocamentos, é necessário o pernoite. Cabe ressaltar que quando se trata de hospedagem, há inúmeros estabelecimentos que se enquadram nessa categoria como resorts, pousadas, hotéis, flats, cama e café, entre outros, como especifica o Ministério do Turismo (BRASIL, 2008). Ao sair de sua residência, o cliente espera encontrar conforto e segurança em um estabelecimento hoteleiro e, por isso, deve se ter uma atenção especial com relação à qualidade prestada.

Segundo Castelli (2007 *apud* GUASSO; CARNEIRO; PERON, 2009) os hotéis são empresas de hospedagem inseridas no sistema turístico como produto. A empresa hoteleira dá o suporte para a estadia do turista, ou seja, para a hospedagem. Ainda seguindo nesta mesma linha de pensamento de Castelli (2007 *apud* GUASSO; CARNEIRO; PERON; 2009, p. 22), o hotel é definido como: “[...] uma edificação que, mediante o pagamento de diárias, oferece alojamento à clientela indiscriminada”. O cliente ao pagar a diária de um estabelecimento, logo em seguida terá contato com os serviços do hotel almejando receber em troca o que ele pretensiosamente deseja.

De acordo com Vieira (2003 *apud* GUASSO; CARNEIRO; PERON; 2009, p. 22), o hotel é considerado uma organização, pois está associado a um grupo de pessoas que exerce diferentes funções para atingir um objetivo comum. Como tal, esse objetivo é os serviços que oferecem ao cliente são eles um bom atendimento, um bom preço e o melhor de tudo a satisfação do cliente. Sendo assim, o hotel e os administradores além de fazer as funções que já exercem é necessário que proporcionem o melhor serviço de atendimento, qualidade e preço acessível para que os clientes possam ter a satisfação e retornem quantas vezes for necessário.

A qualidade dos prestadores de serviços é essencial para atender os clientes visando excelência nos serviços, capacitando os profissionais para prestarem bons serviços, pois, não

adianta ter um bom estabelecimento e não ter profissionais com capacitação na área já que “a qualidade dos prestadores de serviços remete à questão da mão de obra e da qualificação e da educação dos recursos humanos para atender às necessidades da sociedade para com o outro” (BARRETTO, 2014, p. 119). Assim, a qualidade de interação tanto por parte do núcleo receptor/turista quanto do núcleo emissor/habitante é fundamental.

Na hotelaria, embora a gestão da qualidade tenha passado por muitos processos, o foco principal está voltado para o cliente/hóspede. E é claro, que o cliente ao receber um serviço de excelência poderá recomendar para as outras pessoas a se hospedarem naquele hotel que ele teve uma boa experiência, como também se o cliente for mal-recebido, fará o feedback negativo para as outras pessoas.

A gestão da qualidade está inserida em um bom planejamento para atender os requisitos que o cliente espera receber dos serviços oferecidos. Por isso, é fundamental que os gestores hoteleiros ofereçam treinamento para a equipe da organização para que os mesmos possam oferecer os serviços com eficiência para garantir a satisfação do cliente e contribuir com o sucesso do empreendimento hoteleiro. É importante frisar que a motivação de pessoal resultará na efetivação de um serviço de qualidade, que geralmente está relacionada à satisfação com o próprio emprego.

O treinamento para capacitar os profissionais da área da gestão nos meios de hospedagem pode contribuir para a excelência nos seus serviços. Assim, pode-se garantir a satisfação do cliente e fazer com que o cliente queira retornar ao local. Segundo Castelli (2006) o treinamento de capacitação profissional não é somente para as pessoas que tem a profissão de menor nível hierárquico como: camareira, garçons e recepcionistas, mas também para os funcionários que trabalham na área da gestão mais alta como: executivos e gerentes.

A partir do exposto e de modo a contribuir com as pesquisas sobre o turismo no Baixo Parnaíba Maranhense, o trabalho apresenta uma análise da qualidade dos serviços turísticos acerca dos meios de hospedagens de São Bernardo – MA. Como desdobramentos desse objetivo principal, definiram-se os seguintes objetivos específicos: a) analisar a infraestrutura e a prestação dos serviços disponibilizados pelos hotéis principais; b) verificar a percepção dos clientes em relação a qualidade dos serviços prestados e a infraestrutura hoteleira e c) identificar os possíveis métodos de avaliação da qualidade dos serviços prestados.

A escolha dos meios de hospedagens de São Bernardo – MA, como objeto de estudo deveu-se ao fato que o município atrai muitos visitantes/turistas interessados não somente nos festejos religiosos que são de alta atratividade turística, mas que estão a trabalho ou de passagem, visto que o município está entre importantes entroncamentos rodoviários entre

Maranhão e Piauí. Em relação a metodologia adotada, trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa e estudo de caso. Para a parte teórica, foi realizada pesquisa bibliográfica a partir de temas como meios de hospedagem, hotelaria e gestão na qualidade dos serviços turísticos. Em função da pandemia, para a parte empírica, foram utilizados dados de uma pesquisa de campo realizada em 2019 na qual entrevistou-se gerentes dos maiores estabelecimentos hoteleiros da cidade com a finalidade de investigar as estratégias adotadas para implementar ações de qualidade nos serviços prestados. Para verificar se, de fato, os hotéis de São Bernardo estão ofertando um serviço que atenda às necessidades dos clientes, foram analisadas também a percepção dos hóspedes a partir de comentários publicados nas redes sociais.

Com base no exposto o artigo encontra-se dividido em seções. Inicialmente aborda-se a análise dos meios de hospedagens em São Bernardo – MA e a importância dos serviços e a qualidade nos hotéis. Na sequência, seguem os resultados e as sugestões de melhorias para os estabelecimentos hoteleiros. Com este estudo espera-se contribuir para pesquisas futuras relacionadas aos meios de hospedagens e provocar reflexões acerca da necessidade de ofertar serviços turísticos de qualidade para fidelizar o cliente.

TURISMO E MEIOS DE HOSPEDAGEM: ASPECTOS INTRODUTÓRIOS

Segundo Ignarra (2007, p. 48), “a hotelaria no Brasil começou em meados dos séculos XIX ao XX, quando as viagens passaram a serem mais procuradas pelas pessoas em busca de cultura e recreação concebendo ao turismo de massa um grande crescimento e avanço aos serviços do turismo”. O turismo doméstico era pouco explorado no Brasil, devido ao alto custo das passagens aéreas e as rodovias eram poucas e precárias. Além disso, a infraestrutura turística concentrava-se mais no Rio de Janeiro, onde surgiram os primeiros hotéis na metade do século XIX.

Em meados do século XIX, no Rio de Janeiro havia duas centenas de estabelecimentos de hospedagem, sendo apenas uma terça parte pertenciam aos brasileiros, apenas cinquenta eram considerados hotéis. Ademais, vários visitantes estrangeiros reclamavam da falta de hotéis de qualidade, principalmente pela grande diferença socioeconômico entre o Brasil e os países desenvolvidos, referindo-se em todos os aspectos de qualidade de vida da grande metrópole e não somente o campo da hotelaria (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005).

Com o passar dos anos, o aumento de pessoas/viajantes passou a crescer cada vez mais e a necessidade de haver estabelecimentos de qualidade que pudessem atender a demanda era

inacessível. Até meados do século XIX, muitos hotéis não tinham uma comodidade adequada para que os clientes/hóspedes se hospedassem satisfatoriamente. Os hotéis não tinham banheiro para ser disponibilizados e os hóspedes conseqüentemente, precisavam recorrer a casas de banho que não eram disponíveis para todos. Com a qualificação de muitos estabelecimentos, foram surgindo grandes hotéis luxuosos destinados a abrigar barões de café, comerciantes e viajantes estrangeiros que passeavam pela cidade. Com essas mudanças, houve também uma alteração na visão de experiência dos hóspedes (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005).

Hoje em dia, as grandes redes hoteleiras se constituem em verdadeiros complexos organizacionais que priorizam o atendimento de excelência, principalmente, quando se observa uma grande oferta de meios de hospedagem. No entanto, independente do porte, quando se fala em qualidade no atendimento ao cliente, essa premissa deve se estender a todos os tipos de serviço, principalmente, quando se pensa em fidelizar o cliente.

De acordo com Vieira (2003 *apud* GUASSO; CARNEIRO; PERON; 2009, p. 22), “o hotel é considerado uma organização, pois está associado a um grupo de pessoas que exerce diferentes funções para atingir um objetivo comum”. Como tal, esse objetivo deve envolver um bom atendimento, um bom preço e o melhor de tudo a satisfação do cliente. Para fins de compreensão são meios de hospedagem:

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de freqüência 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. (GUASSO, CARNEIRO, PERON; 2009, p. 26).

Os autores ainda definem o estabelecimento hoteleiro como:

Meio de hospedagem mais convencional e comumente encontrado em centros urbanos. É o estabelecimento onde os turistas encontram hospedagem e alimentação em troca de pagamento por estes serviços. Hotel é uma empresa pública que visa a obter lucro oferecendo ao hóspede alojamento, alimentação e entretenimento. (VIEIRA, 2003 *apud* GUASSO; CARNEIRO; PERON; 2009, p. 23).

A hospitalidade e o acolhimento são fatores cruciais para o visitante/turista que está de viagem seja ele de lazer ou negócio para que se sinta acolhido. Segundo Cuillé (1990) citado por Castelli (2006) há quatro princípios básicos que possa garantir uma boa hospitalidade para o cliente/turista que visita uma cidade ou país livremente, são:

- a) Segurança: ao ser acolhido, ele almeja um abrigo seguro para repousar;

- b) Conviviabilidade: um tratamento com amabilidade e cordialidade para sentir-se bem a vontade, como se estivesse em sua própria casa;
- c) Cuidado ininterrupto: desde a sua chegada (*cheque-in*) até a sua saída (*check-out*), o visitante deseja receber toda a atenção;
- d) Coerência: ambientes e serviços coerentes durante toda sua estada. Nessa linha de pensamento, se um hotel for cinco estrelas, não pode prestar serviços ou oferecer ambientes que não condigam com a categoria do estabelecimento, buscando a harmonização de todos os serviços.

Castelli (2006) ressalta, para que o visitante/turista tenha um bom acolhimento é necessário que o visitante seja atendido como um grande amigo com um belo sorriso no rosto e a cortesia se manifesta por meio da boa aparência, da educação, da amabilidade, e da presteza. A melhor forma de acolher alguém é querer acolhê-lo.

A classificação de um meio de hospedagem é uma forma de padronizar os serviços ofertados e auxilia os turistas sejam eles brasileiros ou estrangeiros em suas escolhas, pois já sabem quais os serviços oferecidos. Além do mais, o cliente se sente mais seguro pela escolha do hotel.

No Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBCLASS) a classificação de categoria de um hotel é de no mínimo uma estrela e no máximo cinco estrelas. O hotel de categoria de uma estrela, possivelmente deve atender requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional o hotel deve seguir uma série de requisitos que se diferenciam entre si (Quadro 1).

Quadro 1: classificações dos meios de hospedagem e as categorias.

Hotel – de 1 a 5 estrelas	*	*****
Resort – de 4 e 5 estrelas	*****	*****
Hotel Fazenda – de 1 a 5 estrelas	*	*****
Cama & Café – de 1 a 4 estrelas	*	****
Hotel Histórico – de 3 a 5 estrelas	***	*****
Pousada – de 1 a 5 estrelas	*	*****
Flat/Apart-Hotel – de 3 a 5 estrelas	***	*****

Fonte: ROIM, PEREIRA, 2012.

Na atualidade, destaca-se que a partir de 2020, com a disseminação do coronavírus, o turismo sofreu grandes impactos econômicos devido às medidas restritivas de viagens e circulação de pessoas em diversos ambientes. Por outro lado, o setor da hotelaria está retomando as suas atividades com precauções e adotando medidas necessárias para a proteção contra o COVID-19. Nesse “novo normal³”, foram necessárias readequações no atendimento aos turistas para assegurar a saúde dos hóspedes e funcionários.

Para o funcionamento dos estabelecimentos e serviços hoteleiros, foram estabelecidos alguns critérios básicos, descritos pelo Ministério do Turismo – MTUR (BRASIL, 2008), durante o período pandêmico, são: assegurar a limpeza e desinfecção de superfícies utilizadas por colaboradores e consumidores, medição da temperatura corporal de todos os envolvidos (prestador de serviços e cliente), limpeza dos objetos utilizados no dia a dia, arejamento dos espaços e circulação de ar nos espaços, disponibilização de álcool com concentração em 70% de diferentes formas (gel, spray, líquido etc), esses objetos devem estar em locais acessíveis nos meios de hospedagem e acessíveis para os hóspedes, manter o distanciamento entre as pessoas, sinalização a respeito dos meios preventivos contra a Covid-19 e a sanitização do espaço a ser visitado.

Dessa forma, a gestão dos meios de hospedagem está tomando medidas preventivas da disseminação de contágio. Assim, os turistas podem se assegurar que os gestores da hotelaria têm o controle do processo de higienização nos estabelecimentos e que podem se hospedarem com segurança, conforto e tranquilidade. Sem dúvida, a procura pelos meios de hospedagens caiu abundantemente se compararmos ao ano de 2019, a taxa de ocupação dos meios de hospedagens diminuiu relativamente a 40%. Ao que se refere à queda da procura dos estabelecimentos hoteleiros, managing partner da HotelInvest, Pedro Cypriano, afirma que “atualmente, a taxa de ocupação da hotelaria mundial é de aproximadamente 40%, em relação ao ano passado. Na China, a ocupação dos hotéis já se aproxima a patamares pré-pandemia, registrando 62% de ocupação em setembro (comparado a 63% em 2019)”, (MONACO, 2020, não paginado).

³ Novo normal tem sido uma expressão utilizada durante a pandemia para se referir às mudanças nos hábitos das pessoas, com a adaptação às novas regras sanitárias, como usar álcool em gel e máscara sempre quando sair de casa, manter o distanciamento social (não abraçar e nem apertar as mãos), acostumar-se com lugares que tem medidor de temperatura para saber quem tem Covid-19 ou não.

FERRAMENTAS DE GESTÃO DA QUALIDADE EM TURISMO

O conceito de qualidade passou por muitas alterações ao longo dos anos. No entanto, tem sido uma prática exigida em muitos setores organizacionais, principalmente no setor turístico no qual as pessoas estão sempre à procura de conhecer países e lugares diferentes. Desse modo, é fundamental que muitas empresas atendam as expectativas e necessidades do cliente e principalmente lhes oferecendo um produto ou serviço com qualidade.

A norma brasileira ABNT NBR ISO 9001 define a qualidade como: “Grau no qual um conjunto de características inerentes satisfaz a requisitos” (ASSOCIAÇÃO..., 2015, p. 3). Esses requisitos podem ser entendidos como uma série de objetivos para se alcançar, sendo um bom atendimento, higiene do local ou produto, um preço acessível que não explore o turista e entre as diversas opções que agrada o cliente, desta forma, o cliente/turista passa a gostar dos serviços e se foi bem atendido retorna ao local.

Até o início dos anos 1950, a qualidade era entendida como sinônimo de perfeição técnica. Ou seja, era através de um resultado de um projeto e de fabricação que lhes conferiam perfeição técnica ao produto baseado na percepção do produtor. Salienta-se ainda que esse entendimento de qualidade ficasse conhecido como *product-out*. Embora, já se tem feito muitas críticas atualmente, mas a visão *product-out* é compreensível que ela tem funcionado bem o bastante, até o momento histórico da segunda guerra mundial, quando o mercado tinha o perfil de comprador do que vendedor (ASSOCIAÇÃO..., 2015).

Para Oakland (1994, p. 15) a “qualidade é muitas vezes empregada com o significado de “excelência” de um produto ou serviço – fala-se sobre “qualidade Rolls-Royce” e qualidade superior”. Dessa forma, o autor completa sua ideia de que a qualidade não é somente para um produto ou serviço, mas relaciona-se às necessidades e exigências do cliente.

Sobre a gestão da qualidade, Ishikawa (1986 *apud* MEIRA, 2012, p. 54) afirma que é “caracterizada por objetivos estratégicos que se focalizam nas preferências do cliente. Desenvolveu diversas ferramentas estatísticas para a resolução de problemas de qualidade e salientou a importância do cliente interno”. O autor também sustentou a ideia de círculos de qualidade, que são pequenas equipes de trabalhadores especialistas em lidar com problemas de qualidade.

A importância da qualidade nos serviços hoteleiros

O atendimento é muito importante e em um serviço é primordial que seja realizado de forma positiva em todos os setores, pois, “a capacidade de atender as exigências do cliente é vital, não apenas entre duas organizações diferentes, mas dentro da mesma organização”. (OAKLAND 1994, p. 16). Dessa forma, é necessário entender que a gestão da qualidade é fundamental para a produção de serviços e produtos, pois o cliente é que avalia a oferta dos produtos e serviços. Além disso, a qualidade nos serviços visa atender as expectativas do cliente. Portanto, uma organização e uma empresa, em especial a hotelaria é importante que leve em consideração as exigências do consumidor para melhor atendê-los. O diferencial de um hotel não está somente em servir o cliente/turista, mas em saber receber e ouvir para que com a sua opinião relacionado aos serviços do estabelecimento hoteleiro possa melhorar com as sugestões do cliente.

Os setores que são associáveis ao turismo, dependem muito dos serviços com eficiência e de profissionais capacitados, para que não aconteçam falhas. O cliente por si só está sempre atento aos melhores serviços oferecidos a ele, uma vez que ocorra algo errado ele pode não retornar ao estabelecimento, pois, quando viaja está realizando um sonho que ele planejou á dias ou até mesmo meses. Portanto, caso o inesperado aconteça, o cliente se frustra e possivelmente não retorna ao local dependendo do serviço que lhes é oferecido.

De acordo com Castelli (2000), a percepção da qualidade pelo cliente se dá através de componentes materiais e imateriais. Os componentes materiais referem-se ao conjunto de elementos que caracterizam a qualidade técnica de um produto, formando o lado objetivo da qualidade. Já os imateriais relacionam-se a um conjunto de ações que caracterizam a qualidade humana do serviço, constituindo o lado subjetivo da qualidade. Diante disso, a qualidade em muitas situações depende dos profissionais que prestam os serviços (SILVA, MEDEIROS, COSTA, 2009).

Os serviços hoteleiros são intangíveis, pois os clientes não podem testar os produtos e serviços antes de adquiri-los. Dessa forma, a qualidade dos serviços pode ser percebida através do profissionalismo da organização hoteleira e dos produtos ou serviços oferecidos. (OAKLAND, 1994, p. 05). Portanto, para alcançar a excelência no serviço prestado é necessário que compreenda o cliente, estudar o seu comportamento, havendo a possibilidade de segmentar o público-alvo desejado para então conseguir atendê-lo e fidelizá-lo (COBRA, 2005 *apud* BOCATO JUNIOR; MENDES, 2011, p. 05).

É importante ouvir o cliente a respeito dos serviços oferecidos por meio de um questionário impresso ou enviado para o e-mail do cliente para que ele possa se manifestar sobre os serviços que ele recebeu, do serviço que atenderam suas expectativas ou se ainda deixou a desejar, e saber a opinião do hóspede para melhorar os serviços. Além disso, o setor hoteleiro deve investir em estratégias que garantam o sucesso do mesmo, o bom atendimento, higiene dos ambientes, capacitação da equipe do estabelecimento, merchandising entre outros.

A implementação das ferramentas de gestão de qualidade pode contribuir essencialmente na qualidade da prestação dos serviços dos meios de hospedagem, pois, auxilia em planejar processos, prever falhas, solucioná-las, conferir resultados e minimizar os eventuais problemas que podem ocasionar no estabelecimento. Assim, podem ser solucionados e levar ao aperfeiçoamento da prestação de serviços no setor hoteleiro. As principais ferramentas que podem melhorar a qualidade dos serviços dos meios de hospedagens são: PDCA, SERVQUAL, ISO 9001 e ANÁLISE SWOT.

O ciclo PDCA, também conhecido como ciclo de Deming é uma ferramenta de qualidade utilizada para gerenciar nos processos presentes em uma empresa e visa garantir que as metas estabelecidas sejam alcançadas, através das tomadas de decisões com base nas informações coletadas na própria instituição. O método da ferramenta é dividido em 4 fases: Planejamento (PLAN), Execução (DO), Verificação (CHECK), e AÇÃO (ACTION), conforme a figura 1. (FERNANDES, 2020).

Figura 01: Fases do ciclo PDCA.



Fonte: Google Imagens, 2020.

A ferramenta SERVQUAL, consiste em avaliar os serviços de um estabelecimento com base na percepção dos clientes. Para Berry, Parasuraman e Zeithaml (2006, s/p.), “a qualidade percebida significa um julgamento global que o cliente faz da excelência ou superioridade do serviço, sendo uma forma de atitude relacionada, mas não equivalente à

satisfação, e que resulta de uma comparação das expectativas com as percepções de performance do serviço”.

A ISO 9001 foi elaborada pelo comitê técnico Quality Management and Quality Assurance, cuja versão brasileira da norma é a ABNT NBR ISO 9001, de 2008 que estabelece requisitos para a implantação de certificação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ). Este documento possui ferramentas de padronização e é um modelo seguro para a implantação da gestão da qualidade. O principal objetivo da norma é trazer padronização aos serviços de qualidade e, com isso, torna-se uma ferramenta muito valiosa para as empresas, chama a atenção dos clientes e gera confiança. (CARPINETTI; GEROLAMO, 2017, p. 06).

Além das outras três ferramentas, apresenta-se a análise SWOT conhecida também como FOFA, o objetivo principal é facilitar os processos de melhoria para uma empresa de maneira que possa pontuar os pontos fortes e os pontos fracos de um empreendimento, ajudando a potencializar o crescimento do negócio desta empresa de maneira positiva para se destacar da concorrência.

A análise SWOT concentra-se em definir estratégias para alcançar os principais pontos de um estabelecimento bem como: as metas, objetivos e ações. Por outro lado, para as empresas que queiram investir em melhorias em seus estabelecimentos é necessário aplicar a análise da maneira correta para identificar as possíveis falhas e corrigi-las para obter bons resultados.

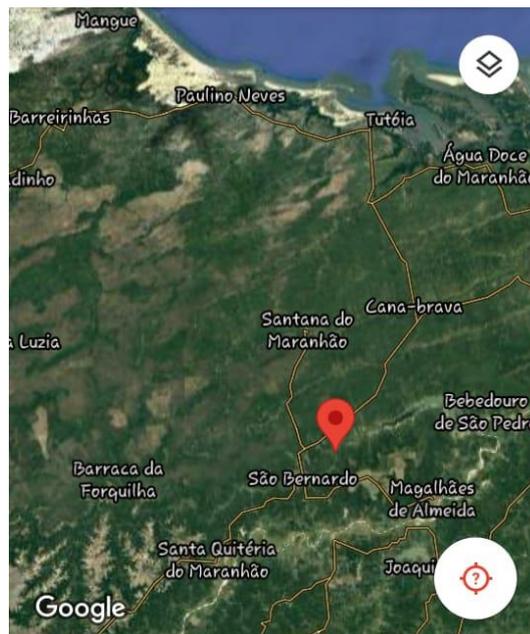
ANÁLISE DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM EM SÃO BERNARDO – MA

O município de São Bernardo Maranhão tem uma população estimada de 28.825 pessoas no ano de 2021. Do ponto de vista histórico, há muitos relatos sobre a ocupação de São Bernardo, mas a principal delas é ligada aos padres jesuítas no município em meados do século XVIII. O clima é tropical quente e semiárido da zona equatorial e a vegetação caracteriza-se pela presença de cerrado. Localiza-se a 375 km da capital São Luís. Além disso, possui uma área de 1.007 km² (IBGE, 2017).

São Bernardo é conhecido pelo festejo em homenagem ao padroeiro que ocorre no mês de agosto e pelas festas juninas. Também está próximo a importantes destinos turísticos nacionais como Paulino Neves e Tutóia, municípios maranhenses que fazem parte da Rota das Emoções⁴ (Figura 1).

⁴ Rota das Emoções é um roteiro que abrange 14 municípios dos estados do Maranhão, Piauí e Ceará.

Figura 1: Localização do município de São Bernardo -MA



Fonte: Google Maps (2020)

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas - IBGE (2017), São Bernardo apresenta apenas 11.1% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 57.3% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 1.5% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio).

Sobre os serviços turísticos, em inventário realizado em 2019 por acadêmicos do curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão, verificou-se que há uma precariedade tanto na oferta quanto na gestão em diversos estabelecimentos. Muitos meios de hospedagem, por exemplo, não contam com registros dos hóspedes, além de funcionários que acumulam diversas funções.

Diante da pandemia e a impossibilidade de realizar entrevistas *in loco* nesse período, foram utilizados dados coletados em campo em 2019⁵, a partir de entrevistas realizadas junto aos gerentes dos três principais hotéis de São Bernardo a fim de verificar as ferramentas de qualidade utilizadas. Os hotéis analisados receberam a denominação A, B e C a fim de assegurar o anonimato (Quadro 2).

⁵ A partir da necessidade de elaborar um paper para a disciplina Gestão de Hospedagem e Alimentação, a acadêmica realizou essa pesquisa de campo para subsidiar a sua análise sobre qualidade nos meios de hospedagem.

Quadro 2: Localização dos meios de hospedagens.

Hotel A	Hotel B	Hotel C
Área Central	Hotel de rodovia	Hotel Central

Fonte: Elaborada por Rafaela Machado (2021)

A entrevista envolveu aspectos sobre qualidade no atendimento, acessibilidade, facilidades aos hóspedes e higienização. Posteriormente, foram analisados os comentários deixados por clientes nas redes sociais como forma de verificar se, de fato, os clientes estão sendo bem atendidos nesses hotéis. Logicamente, ressalta-se que com isso, a amostra fica restrita, pois, nem todos os clientes gostam de se expor na internet.

No entanto, hoje com a tecnificação dos meios gerenciais, é necessário que o gestor preste atenção em todos os canais de comunicação a fim de dispor de um atendimento de qualidade, atento às demandas dos clientes. Ademais, a exposição dos comentários na internet pode motivar que outros clientes optem por escolher um hotel em detrimento de outro, a partir de impressões positivas ou negativas dos estabelecimentos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com relação à entrevista com os gerentes dos hotéis, foram feitas as seguintes perguntas: existe limpeza diariamente nos quartos dos hóspedes? Como é a hospitalidade do hotel? O hotel oferece serviço de café da manhã? Os funcionários são uniformizados? Vocês fazem Feedback dos clientes quando eles saem do hotel? Vocês ajudam o hóspede quando chega no hotel com muitas bagagens? Existe atendimento para deficientes físicos?

Como respostas, os gerentes dos estabelecimentos hoteleiros A, B e C informaram que, em relação à hospitalidade, fazem o necessário para que o cliente possa se sentir bem e que apesar de estarem fora de sua residência, possam sentir-se em casa, servindo café da manhã com frutas e sucos, higiene de todos os preparativos do hotel inclusive a funcionária que serve o cliente, e nos hotéis A.B e C a limpeza diária dos quartos só é feita quando o cliente solicita, tendo um custo adicional.

Sobre os aspectos relacionados ao processo de fidelização do cliente e análise de seu feedback, quando indagados sobre isso, apenas os hotéis A e B se preocupam em saber sobre o feedback dos clientes com relação aos serviços oferecidos, mas de maneira informal, abordando o cliente no check-out, sem registrar essa experiência.

Além disso, apenas os gerentes dos hotéis A e B, informaram que os funcionários são uniformizados e aos clientes saírem pergunta se foi bem recebido, se foi atendido bem, se gostou dos serviços que o hotel disponibiliza ao qual o hotel avenida sempre ver o cliente como prioridade do hotel, para que o cliente sinta-se melhor acolhido.

Ao hóspede chegar ao hotel com malas e bolsas tem sempre alguém para ajudá-los e entre os três hotéis citados apenas o hotel C, disponibiliza quartos para cadeirantes, pois os quartos ficam no piso térreo. No entanto, o hotel A e o hotel B, fazem o possível para que o hóspede de atendimento prioritário seja hospedado no hotel com segurança e maior conforto.

Os serviços que o hotel B oferece:

- ❖ Restaurante;
- ❖ Serviço de lavanderia;
- ❖ Bar no local;
- ❖ Café da manhã grátis.

Os serviços que o hotel A oferece:

- ❖ Cama e café;
- ❖ Serviço de lavanderia;
- ❖ Frigobar;
- ❖ Serviço de quarto e outros.

Os serviços que o hotel C oferece:

- ❖ Wi-Fi gratuito;
- ❖ Café da manhã grátis;
- ❖ Estacionamento gratuito;
- ❖ Ar-condicionado;
- ❖ Serviço de lavanderia;
- ❖ Permite animais;
- ❖ Serviço de quarto.

Com base nos questionamentos para o hotel A, identificou-se que o hotel oferece serviços que buscam dar conforto e segurança para os clientes, preocupando-se com o bem-estar e a hospitalidade de seu hóspede, levando em consideração o feedback dos mesmos.

Os serviços são oferecidos para os clientes com café da manhã, serviço de lavanderia e limpeza dos quartos diariamente. Além disso, em relação aos feedbacks dos clientes, o hotel sempre tem a maior preocupação em saber se o cliente gostou ou não do atendimento no estabelecimento, pois o hotel sempre visa priorizar o hóspede para que seja bem atendido e se sinta em casa. Referente á necessidade de receber o cliente com mobilidade reduzida o hotel preocupa-se em tomar ação imediata para que o hóspede tenha uma boa recepção ao se hospedar no estabelecimento (Gerente do hotel A).

Segundo o gerente do hotel A, eles sempre têm a preocupação em atender bem o cliente pois eles colocam de antemão o hóspede em primeiro lugar. Além disso, estabeleceram uma forma de fazer uma pequena avaliação para o hóspede, para que o cliente relate a respeito da satisfação do visitante neste hotel. A seguir o gerente do meio de hospedagem B relata que:

Ao oferecer um serviço fazemos o necessário para que o hóspede tenha uma ótima recepção ao chegar em seu estabelecimento, priorizando sempre o bom atendimento ao consumidor logo quando chega pra fazer o check-in na recepção do estabelecimento. Por isso, fazemos o possível para oferecer um bom café da manhã com frutas e sucos, higiene de todos os objetos do hotel inclusive a funcionária que serve o cliente, mantendo sempre a limpeza diária dos quartos. No momento ainda não adaptaram o hotel para receber hóspedes com mobilidade reduzida. (Gerente do hotel B).

Com relação ao estabelecimento hoteleiro B, a maior visão para receber o cliente é o bom atendimento, pois eles acreditam que é um diferencial que assegura de garantir o retorno de qualquer cliente ao hotel. Desta forma, eles orientam os funcionários e responsáveis da gestão a oferecer uma boa prestação de serviço e o bom atendimento é o principal objetivo da empresa.

Além disso, a gerente do hotel C afirma que:

Ofereceremos serviços que possam atender bem o cliente quando visitam a cidade, dispomos de café da manhã acompanhado com frutas, limpeza dos quartos, serviço de lavanderia e o hotel tem quartos para receber pessoas com deficiências físicas. (Gerente do hotel C).

Com base nesses resultados obtidos verificou-se a forma com que os gerentes do hotel lidam no empreendimento na prestação de serviços durante o seu cotidiano. Em relação às respostas dos gerentes dos três hotéis, há uma semelhança na oferta dos serviços, pois, estão voltados para atender de forma eficiente ao visitante de outras cidades. No entanto, não há

nenhum treinamento constante com os funcionários nem utilizam ferramentas gerenciais de qualidade no serviço.

Levando em consideração a ideia de Oakland (1994), a importância de um bom atendimento em um estabelecimento é crucial pois o cliente se sente feliz quando é recebido por alguém que está disposto atendê-lo com um coração aberto e um sorriso no rosto pela chegada deste hóspede.

Para analisar a percepção dos hóspedes sobre os hotéis de São Bernardo, foi um desafio, uma vez que os hotéis analisados não têm redes sociais que poderiam auxiliar nessa busca. Nos dias de hoje, isso é um ponto negativo porque os clientes buscam cada vez mais a internet para planejar suas viagens. Segundo pesquisa divulgada pela Panrotas (2016), 60% dos brasileiros utilizam a internet para essa finalidade, sendo que 81% navegam pelo Facebook para conseguir informações.

Outro ponto a destacar é que dois hotéis funcionam no mesmo terreno que postos de combustíveis e quem passa rapidamente pela localidade, pode até se confundir e não saber que se trata de um meio de hospedagem. Apenas um deles possui página no Facebook, mas que está vinculada ao perfil do posto de combustível. Dessa forma, conseguiu-se um número limitado de comentários sobre os serviços prestados pelos hotéis em São Bernardo.

Em busca pelo Google, é possível visualizar alguns comentários sobre os três hotéis e o que mais chama a atenção é a falta de respostas por parte dos empreendimentos. Responder tanto os comentários positivos quanto negativos dos clientes agregaria qualidade ao atendimento desses hotéis, demonstrando que há uma preocupação com as demandas dos clientes e medidas para corrigir eventuais falhas.

Com relação à avaliação do Hotel A, foram analisados comentários postados em um período de 02 anos. De forma geral, os clientes mostraram-se satisfeitos com relação à vários aspectos, como limpeza, infraestrutura e localização (Imagens 01 a 03).

Imagem 01: avaliação dos hóspedes referente ao hotel A.

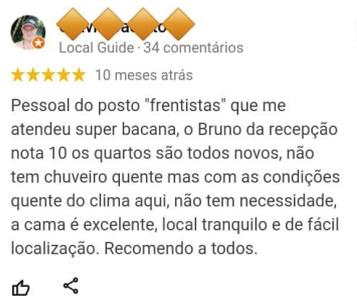
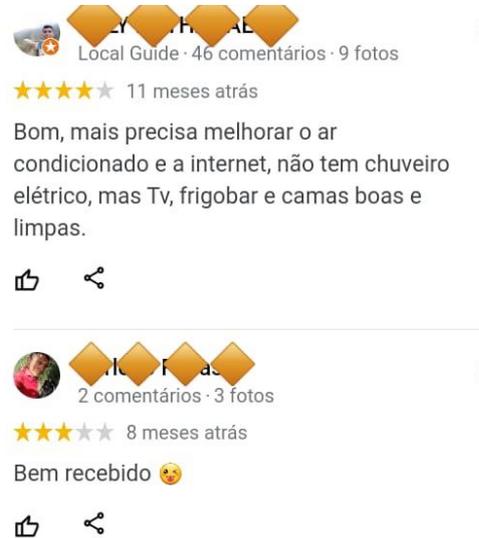


Imagem 02: avaliação dos hóspedes referente ao hotel A.



Fonte: Google, 2021.

Imagem 03: avaliação dos hóspedes referente ao hotel A.



Fonte: Google, 2021.

Já o hotel B, que é um dos empreendimentos mais novos no município teve comentários mais recentes para serem analisados em virtude desse processo. Pode-se considerar que teve avaliação positiva, embora haja reclamação por parte de alguns itens como falta de chuveiro elétrico (muitos raros na região por conta do clima quente) e falta de opções no café da manhã (Imagens 04 e 05).

Imagem 04: avaliação dos hóspedes referente ao hotel B.

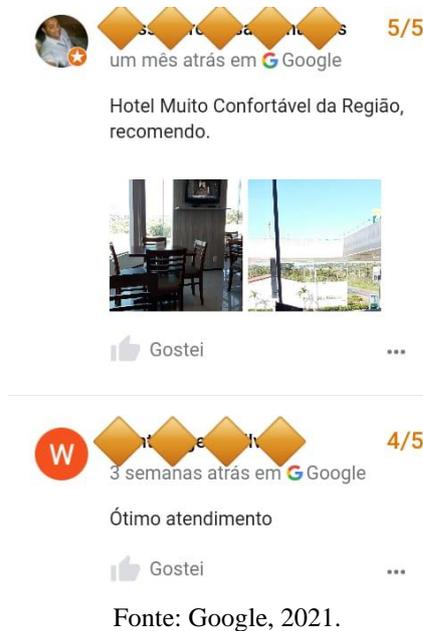
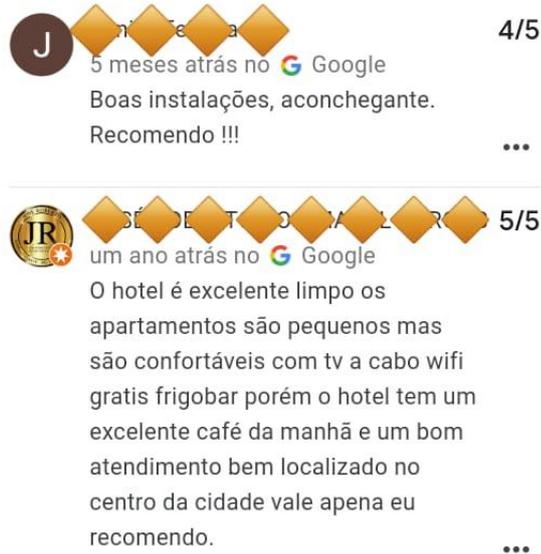


Imagem 05: avaliação dos hóspedes referente ao hotel B.



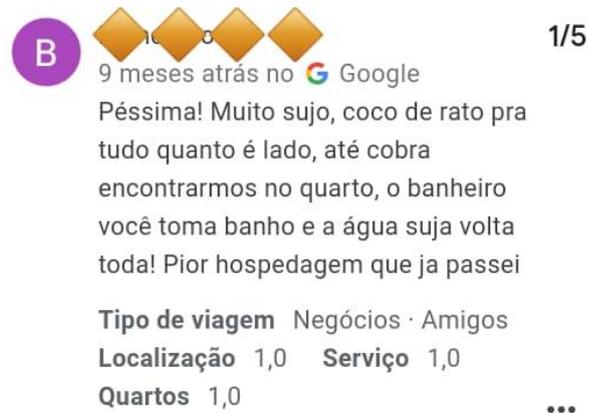
Já o Hotel C foi o que teve mais avaliações negativas tanto em atendimento quando limpeza e infraestrutura. De fato, entre os três hotéis avaliados, este é o mais antigo, mas não justifica falta de manutenção, limpeza e cordialidade (Imagens 06 a 09).

Imagem 06: avaliação dos hóspedes referente ao hotel C.



Fonte: Google, 2021.

Imagem 07: avaliação dos hóspedes referente ao hotel C.

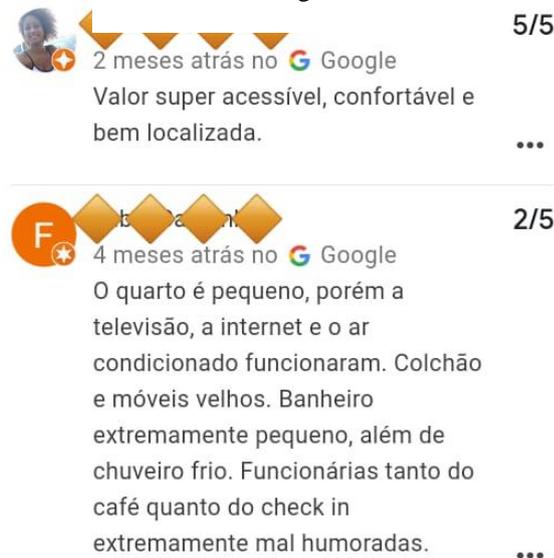


Fonte: Google, 2021.

Imagem 08: avaliação dos hóspedes referente ao hotel C



Imagem 05 Fonte: Google, 2021. hotel C.



Fonte: Google, 2021.

De acordo com uma pesquisa da Kantar, durante a pandemia houve um aumento de 40% dos usuários que utilizaram as plataformas nas redes sociais comparado aos anos anteriores. Além disso, a grande maioria das pessoas não pôde viajar para visitar familiares para evitar a disseminação do vírus e a única solução foi usar as redes sociais e as plataformas de comunicação para se comunicar com os familiares mesmo a distância. (DIGIDEIAS, 2021).

Com a terceira onda da pandemia, as pessoas podem viajar com as devidas medidas de precaução para evitar o contágio com o vírus. Ademais, com a chegada de novas plataformas para facilitar a comunicação para as pessoas o uso dessas ferramentas tornou-se fundamentais para as empresas se destacarem e sair na frente da concorrência. Sendo assim, o setor da hotelaria neste momento atual é fundamental para que se possa usar as plataformas de divulgação para atrair os clientes de muitas regiões que queiram conhecer a cidade ou apenas

estejam de passagem. Analisando as empresas hoteleiras e perfis dos meios de hospedagens de São Bernardo – MA, há uma escassez de divulgação dos hotéis em suas redes sociais (Facebook, Instagram, Sites etc.) o que pode dificultar para as pessoas encontrarem informações atuais dos hotéis do município.

De maneira geral, ambos os meios de hospedagem de São Bernardo – MA, tem uma carência na divulgação das redes sociais no estabelecimento hoteleiro, entretanto, é fundamental pois os visitantes pesquisam e se informa através das redes sociais. Além disso, é importante que cada hotel do município desenvolva seu próprio perfil na internet, de modo a despertar o interesse e facilitar o sistema de reserva no hotel.

Para melhorar a qualidade de atendimento é importante que os hotéis estabeleçam um treinamento constante para a sua equipe. Dois hotéis em São Bernardo têm na sua equipe pessoas que trabalham nos postos de gasolina dos donos dos empreendimentos. Assim, além do acúmulo de funções, não há uma preparação específica para se atender a hóspedes destes estabelecimentos hoteleiros.

É necessário que os gestores se informem sobre a satisfação do cliente e formalize essas opiniões, seja a partir da utilização de *dashboards*⁶ ou formulários que podem ser enviados aos hóspedes para analisar os pontos positivos e negativos da prestação de serviços do hotel. Logo após receber as respostas do hóspede, devem desenvolver um levantamento de dados colhidos para verificar em quais aspectos o empreendimento precisa ser melhorado e sempre incentivar a equipe fazer um bom trabalho. Isso pode ser realizado a partir da matriz SWOT que pode contribuir para a melhoria da qualidade nos serviços.

Além disso, é necessário analisar os feedbacks apontados pelos clientes não somente nas redes sociais como também através dos funcionários que tem o contato direto com os clientes. Portanto, é fundamental trabalhar de forma conjunta entre os setores, já que nem sempre as reclamações chegam ao conhecimento do gerente. Por mais que as experiências sejam subjetivas, existem pontos em comum na qualidade dos serviços turísticos que devem ser respeitados e priorizados para que o cliente tenha um atendimento que vá ao encontro de suas expectativas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve o principal objetivo analisar a qualidade dos serviços

⁶ Painel que ajuda na gestão da informação dos dados da internet.

turísticos acerca dos meios de hospedagens de São Bernardo – MA. No decorrer da pesquisa, discutiu-se a importância do incremento da qualidade no serviço dos hotéis no município, considerando os pontos positivos do turismo, da hotelaria no Brasil e no mundo.

O turismo é uma atividade que envolve diversos setores e, mesmo diante da pandemia tem sempre buscado soluções para a melhoria da qualidade dos serviços ofertados. É necessário pensar no turismo não somente na viagem em si, mas na infraestrutura, segurança, economia, saneamento básico, os atrativos turísticos naturais e culturais etc.

Apesar de ser um município pequeno, São Bernardo já recebe visitantes ao longo do ano. Seja a passeio, trabalho ou de passagem, as pessoas utilizam os serviços de hospedagem existentes. Por isso, diante dessa realidade, é necessário investir na qualidade dos serviços oferecidos, pois, o cliente pode auxiliar na divulgação quando bem atendido e até retorna à cidade ou quando é mal atendido reclamar em redes sociais, comprometendo a imagem do hotel e também a cidade.

Atualmente, os meios de hospedagem enfrentam um grande desafio para se reinventar diante desse cenário pandêmico e oferecer serviços de excelência para os clientes. Desde então, a internet tornou-se fundamental para a avaliação dos alojamentos, ou seja, o cliente ao escolher um hotel ele se baseia através das avaliações e feedbacks das redes sociais do meio de hospedagem. Além disso, o cliente sempre busca mais informações a respeito dos serviços e da qualidade do empreendimento hoteleiro para assegurar-se que este estabelecimento oferece um serviço de excelência.

Ademais, não se pode negar que a qualidade é fundamental para qualquer empreendimento turístico principalmente aos meios de hospedagem. Assim, o cliente ao escolher um meio de hospedagem leva em consideração todas as características possíveis para ter uma satisfação garantida ao se hospedar no hotel. Resumidamente, as relações na prestação dos serviços oferecidos dos meios de hospedagem ambos os empreendimentos visam oferecer um diferencial no fornecimento dos serviços para atender bem os hóspedes.

Como resultado, o estudo mostrou que os meios de hospedagens A, B e C ainda precisam melhorar muito com relação ao atendimento e aos serviços ofertados. Dessa forma, é necessário levar em consideração as sugestões de melhoria para alavancar os resultados de excelência na prestação de serviços do empreendimento para oferecer um bom serviço aos clientes.

Diante do levantamento teórico e da pesquisa de campo realizada, os meios de hospedagens podem oferecer serviços com qualidade de maneira que possa aplicar as ferramentas de qualidade para melhorar a qualidade dos serviços nos estabelecimentos

hoteleiros. Além disso, o município tem grandes potenciais turísticos que tornam visíveis a excelência dos serviços dos estabelecimentos hoteleiros. Ademais, espera-se que com esta pesquisa os gerentes dos meios de hospedagens levam em consideração este trabalho como forma de melhorar a qualidade dos serviços e que visam melhorar o estabelecimento baseado nos feedbacks dos clientes.

Conclui-se também que a qualidade na prestação de serviços pode influenciar no comportamento do cliente, resultando inclusive em reclamações públicas que podem comprometer a imagem do estabelecimento. Por isso, é necessário também estabelecer um canal de diálogo com o cliente para que se minimize as falhas do estabelecimento.

É importante que os hotéis utilizem uma análise para a melhoria do empreendimento como o PDCA, SERVQUAL, SWOT e ISO 9001. A implementação dessas ferramentas nos meios de hospedagens é fundamental para proporcionar serviços com eficiência para os clientes de maneira que se melhore mais a prestação dos serviços hoteleiros no município, como treinamento dos funcionários, que auxiliaram na questão do atendimento e limpeza dos ambientes, mecanismos de análise de avaliação dos serviços turísticos pelos hóspedes que seria fundamental para saber o nível de satisfação do hóspede e criação de perfis nas redes sociais para dar visibilidade aos empreendimentos.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR ISO 9001**: sistemas de gestão da qualidade - requisitos. Rio de Janeiro: ABNT, 2015.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, o Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivos da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991; e dá outras providências. Brasília: Casal Civil, [2008]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm. Acesso em: 20 mar. 2020.

CARPINETTI, Luis Cesar, GEROLAMO, Mateus. **Gestão da Qualidade**: ISO 9001:2015. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. Breve história do Turismo e da Hotelaria. Rio de Janeiro: CNC, 2005. Disponível em:

<https://docente.ifrn.edu.br/anavelasque/disciplinas/breve-historico-do-turismo-e-da-hoteleria-cnc>. Acesso em: 1 abr. 2020.

DIGIIDEIAS. **Redes sociais aumentam em 40% sua audiência na pandemia.** 2021. Disponível em: <https://www.digideias.com.br/redes-sociais-aumentam-em-40-sua-audiencia-durante-a-pandemia/> Acesso em: 21 de Agos. 2021.

FERNANDES, Aline. PDCA como aplicar em sua empresa. **Pontotel.** 2020. Disponível em: <https://www.pontotel.com.br/pdca-como-aplicar/> Acesso em: 06 de Set. 2021

GUASSO, Igor; CARNEIRO, Michael Loureiro; PERON, Thiago. **Os serviços e a empresa hoteleira: um estudo de caso do Cristal Palace Inn.** 2009. 94 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, Lins, 2009. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/48866.pdf>. Acesso em: 7 jul. 2020.

IBGE. **São Bernardo.** história. 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/sao-bernardo/historico>. Acesso em: 03 de Set. de 2021.

IBGE. **São Bernardo.** Panorama. 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/sao-bernardo/panorama>. Acesso em: 03 de Set. de 2021.

MEIRA, Jéssica Vieira de Sousa. **A qualidade dos serviços na hotelaria brasileira:** uma avaliação das redes hoteleiras sob a ótica de seus gestores. 2012. 195 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2012.

OAKLAND, John. **Gerenciamento da qualidade total.** São Paulo: Nobel, 1994. Disponível em: <http://encurtador.com.br/svKT5>. Acesso em: 6 jul. 2020.

ANEXO A - ENTREVISTA COM OS GERENTES DOS ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS DE SÃO BERNARDO-MA SOBRE A QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS HOTELEIROS.

1. Existe limpeza diariamente nos quartos dos hóspedes?
2. Como é a hospitalidade do hotel?
3. O hotel oferece serviço de café da manhã?
4. Os funcionários são uniformizados?
5. Vocês fazem Feedback dos clientes quando eles saem do hotel?
6. Vocês ajudam o hóspede quando chega no hotel com muitas bagagens?
7. Existe atendimento para deficientes físicos?

ANEXO B – ORIENTAÇÕES PARA O RETORNO DAS ATIVIDADES NO SETOR DA HOTELARIA

ORIENTAÇÕES DE APOIO A RETOMADA A SEGURA DAS ATIVIDADES, RESPEITANDO AS ESPECIFICIDADES E CARACTERÍSTICAS DE CADA SETOR OU RAMO DE ATIVIDADE HOTELEIRA DE ACORDO COM AS NORMAS PRÉ-ESTABELECIDAS

PORTARIA Nº 1.565, DE 18 DE JUNHO DE 2020.

1. Lavar frequentemente as mãos com água e sabão ou higienizar as mãos com álcool a 70%;
2. Uso obrigatório de máscaras em todos os ambientes, incluindo lugares públicos e de convívio social;
3. Evitar tocar na máscara, nos olhos, no nariz e na boca;
4. Não compartilhar objetos de uso pessoal, como aparelhos telefones celulares, máscaras, copos, e talheres, entre outros;
5. Evitar situações de aglomerações;
6. Manter distância mínima de 2 (dois) metros entre pessoas em lugares públicos e de convívios;
7. Manter os ambientes limpos e ventilados;
8. Se estiver doente, com sintomas da Covid-19, tais como febre, tosse, dor de garganta, coriza ou com falta de ar, evitar contato físico com outras pessoas;
9. Buscar orientação dos serviços de saúde e permanecer em isolamento domiciliar por 14 dias, em caso de suspeita de contaminação pela Covid-19.

Cuidados gerais e medidas de higiene a serem adotadas por todos os setores da hotelaria

1. Elaborar um plano de ação para a retomada gradual das atividades;
2. Estabelecer e divulgar orientações para a prevenção, o controle e a mitigação da transmissão do Covid-19;
3. Disponibilizar estrutura adequada para a higienização das mãos incluindo lavatório, sabão líquido, álcool a 70% ou produto aprovado pela ANVISA;
4. Adotar procedimentos que permitam a manutenção da distância de dois metros entre pessoas em todos os ambientes, internos e externos, exceto para os profissionais que em razão da especificidade da atividade dependam de acompanhamento ou cuidados especiais;

5. Demarcar e reorganizar os locais e espaços para as filas e esperas, respeitando o distanciamento de segurança;
 6. Implementar barreiras físicas, como divisórias, quando a distância mínima necessária entre pessoas não possa ser mantida;
 7. Limitar a ocupação de elevadores, escadas e ambientes restritos;
 8. Adotar sempre que possível, a reorganização dos processos de trabalho, incluindo o trabalho remoto. Especialmente para os que fazem parte do grupo de risco;
 9. Implantar medidas de higiene, ventilação, limpeza e desinfecção a serem adotadas individualmente e por todos os setores do empreendimento hoteleiro;
 10. Privilegiar a ventilação natural ou adotar medidas para aumentar ao máximo, o número de trocas de ar dos recintos nos meios de hospedagens;
11. Implementar medidas de triagem antes da entrada nos estabelecimentos, como aferição de temperatura corporal e aplicação de questionários, de forma a recomendar que pessoas, com aumento da temperatura e outros sintomas gripais, não adentrem no local e busquem atendimento nos serviços de saúde;
 12. Definir procedimentos para a comunicação eficiente com o público e os órgãos competentes sobre informações, medidas e ações desenvolvidas para garantir a segurança dos clientes e trabalhadores;
 13. Ficar atento às medidas adicionais de prevenção e novas orientações sobre o controle da Covid-19;
 14. Adotar rigorosamente os procedimentos de uso, higienização, acondicionamento e descarte com cada atividade, além do não compartilhamento dos equipamentos individuais;
 15. Seguir rigorosamente o plano de retomada das atividades de cada município com suas normas e orientações estabelecidas.

Fonte: PORTARIA Nº 1.565, DE 18 DE JUNHO DE 2020 *apud* SILVA, COSTA e CIPRIANO 2020, p.18.

ANEXO C : Normas positivadas sugeridas a todos os setores da hotelaria

PROTOCOLOS DE SEGURANÇA SANITÁRIA DA HOTELARIA (Covid-19)

Das medidas básicas a serem adotadas

1. Limpeza (lavagem e desinfecção das superfícies de uso comum por colaboradores e clientela);
2. Averiguação de temperatura corporal de colaboradores e clientes;
3. Manter a limpeza frequente dos espaços e objetos de uso comum;
4. Garantir a circulação e a qualidade do ar;
5. Disponibilizar materiais de higiene com soluções de álcool 70% devidamente reconhecidos pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA;
6. Franquear banheiros com papel toalha e sabão apropriados para higienização das mãos;
7. Incentivar campanhas de prevenção e informação do Covid-19 no ambiente de trabalho;
8. Promover sinalização sanitária e o controle do fluxo de pessoas.

Das medidas específicas adotadas pelos setores hoteleiros

1. Front office

- 1.1** Estabelecer o balcão para manter a distância correta de 2 metros entre o recepcionista e o hóspede;
- 1.2** Uso de máscara obrigatório a todos;
- 1.3** Não realizar cumprimentos que exijam contato físico;
- 1.4** Dar prioridade ao atendimento de pessoas do grupo de risco para que permaneçam o mínimo de tempo possível na recepção;
- 1.5** Redução no número de móveis e objetos de usos coletivos nas dependências do hotel;
- 1.6** Priorizar a reserva das unidades habitacionais de maneira *online*, do mesmo modo, sugere-se que o *check-in* e *check-out* sejam através do meio virtual;
- 1.7** Totens de autosserviços de hóspede quanto as bagagens e estacionamentos.

2. Governança

- 2.1** Aumentar a frequência de higienização das superfícies que são tocadas com frequência, tais como: portas, maçanetas, botões e barras, além de objetos e aparelhos usados nos serviços prestados;

- 2.2 Promover o recolhimento do lixo de forma segura, assim como o uso de lixeiras com tampase pedais que evitam o contato direto do lixo. Remover o lixo antes de atingir a capacidade total de armazenamento;
- 2.3 Distribuir álcool em gel a 70% em locais estratégicos dentro da hotelaria;
- 2.4 Uso de equipamentos de proteção individual;
- 2.5 Uso constante de produtos de limpeza eficazes ao combate no novo coronavírus;
- 2.6 Priorizar a ventilação natural do ambiente.

3. Unidades Habitacionais

- 3.1 Promover a limpeza total a cada final de estada, aguardando o prazo de 48h para a entrada de outro visitante;
- 3.2 Embalar todos os itens a serem lavados e realizar a sanitização do ambiente de maneira ventilada;
- 3.3 Recolher e separar todos os resíduos;
- 3.4 Repor e desinfetar o frigobar, caso exista;
- 3.5 Uso de equipamentos de proteção individual completos destinados as atividades de sanitização, como: máscaras, óculos, tocas, luvas, botas etc;
- 3.6 Lavagem separada dos uniformes da governança e do enxoval de cada apartamento.

4. Alimentos e Bebidas

- 4.1 Manter a distância de segurança entre mesas e cadeiras de 2 metros;
- 4.2 Organização e marcação de horários de alimentação para evitar tumultos;
- 4.3 Dar preferência a pratos individuais montados e serviços de quarto no café da manhã e refeições;
- 4.4 Montagem e disposição de alimentos e bebidas para cada pessoa ou grupo familiar;
- 4.5 Evitar o uso de toalhas e jogos de mesa;
- 4.6 Manusear os alimentos com os EPI's necessários e usar cobertores nos alimentos levados às unidades habitacionais.

5. Áreas de lazer

- 5.1 Utilizar os espaços de lazer e entretenimento por horários agendados, proporcionando em cada uso a assepsia do local;
- 5.2 Estimular o uso individual do local ou por grupo familiar;
- 5.3 Indicar o não compartilhamento de objetos da área de lazer;
- 5.4 Aumentar e orientar o distanciamento entre as pessoas devido o nível de contágio nessas áreas ser maior.

6. Eventos

- 6.1 A distância entre as pessoas deve ser medida em metros quadrados, sendo indicado 2 metros quadrados para cada pessoa;
- 6.2 Priorizar a ventilação natural do ambiente;
- 6.3 Utilizar a metade da capacidade de acomodação do ambiente;
- 6.4 A realização de eventos deverá obedecer aos decretos vigentes em cada território, que tratam a respeito da quantidade de pessoas permitida para concretização do acontecimento programado.

Das medidas em caso de infecção pela Covid-19

1. Hóspedes

- 1.1 Isolamento da área ou ambiente em que o hóspede se encontra em caso de contaminação pelo Sars- CoV-2;
- 1.2 Fica impedido a sua saída ou circulação no prédio;
- 1.3 Deve ser comunicado ao sistema saúde público ou privado, por intermédio da gerência do hotel, sobre seu quadro de saúde, objetivando a averiguação do estado viral do hóspede;
- 1.4 Aguardar os dados médicos para tomadas de decisões quanto a permanência ou não do cliente no meio de hospedagem devidamente definidas pela autoridade local da saúde.

2. Colaboradores

- 2.1 Afastamento em caso de confirmação por infecção do Sars- CoV-2, por um período de 14 dias para cumprimento da quarentena;

2.2 Em casos de confirmação de infecção pelo novo coronavírus de alguma pessoa do grupo familiar onde o trabalhador resida, o afastamento pode se dá através de confirmação por laudo médico, existindo a possibilidade de realizar o teletrabalho.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020), com base nos protocolos lançados em 2020 por MTUR, FOHB, SESI, MS, ANVISA. (citado por SILVA, COSTA e CIPRIANO 2020, p. 20)