

Qualidade na gestão de empreendimentos hoteleiros: estudo multicaso no município de Cachoeira/Ba

Leandro Oliveira de Menezes (FADBA) 4menezes@gmail.com
Samuel dos Santos de Lima Moreira (FADBA) samuel_lyma@hotmail.com
Victor Henrique Martins de Oliveira (FADBA) victorhenriquemartinsde@gmail.com

Resumo

Este artigo visa constatar o nível geral de qualidade na gestão dos empreendimentos do setor hoteleiro do município de Cachoeira/Ba. O estudo se caracteriza por uma abordagem quantitativa e de finalidade descritiva que busca a exposição do fenômeno e suas características, a partir de uma amostra não probabilística.. Constatou-se, com este estudo que a qualidade na gestão do setor hoteleiro de Cachoeira, é insuficiente em todos os critérios avaliados, estando em um nível denominado “sobrevivência” onde a supervisão do trabalho é feita pelo proprietário e as estratégias são focadas na sobrevivência da organização.

Palavras-Chave: Hotelaria. Qualidade. Modelo de Excelência em Gestão.

Abstract

This article aims to verify the general quality level of enterprises management in the hotel sector on Cachoeira Town-Bahia. The study is characterized by a quantitative approach and descriptive purpose that seeks the exposure of the phenomenon and its characteristics, from a non-probabilistic sample. It was verified with this study, that the quality on management of Cachoeira's hotel sector is insufficient in all evaluated criteria, being at a level denominated "survival" where work supervision is done by the owner and strategies are focused on survival organization.

Keywords: Hospitality. Quality. Management Excellence Administration.

1 Introdução

A cidade de Cachoeira/Ba, na Bahia se apresenta como um grande centro da cultura afro-brasileira. Teve enorme importância mercantil no século XIX, dada por sua localização geográfica estratégica à beira do rio Paraguaçu, principal rota comercial na região, onde, dentre outros, escoava-se a produção agrícola local forte em cana-de-açúcar e fumo. A cultura que emana da cidade ainda pulsa forte e rica, o sincretismo criado com base no-candomblé ligados ao catolicismo atrai muitos turistas à região, tornando Cachoeira/Ba um dos principais destinos do turismo étnico-afro na Bahia. Por toda a importância histórica e cultural a cidade de Cachoeira/Ba foi tombada em 1971 como Monumento Nacional pelo Instituto do Patrimônio Histórico Artístico e Nacional - IPHAN (BAHIA, 2016).

Tal potencial turístico pode ser explorado e o desenvolvimento regional pode ser potencializado através do setor hoteleiro na região. Neste sentido, o presente artigo visa constatar o nível geral de qualidade da Gestão dos empreendimentos do setor utilizando como instrumento o questionário Diagnostico MPE (voltado para Micro e Pequenas Empresas), que se baseia no Modelo de Excelência em Gestão – MEG, da Fundação Nacional da Qualidade – FNQ. Através da análise quantitativa dos

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

resultados buscou-se responder ao seguinte questionamento: Qual o nível geral de qualidade da Gestão dos empreendimentos do setor hoteleiro na cidade de Cachoeira/Ba? A pesquisa teve como pressuposto que os empreendimentos hoteleiros da cidade necessitam de melhorias principalmente no que diz respeito ao planejamento estratégico, geração de informação quanto a clientes e acompanhamento de resultados e desempenhos organizacionais.

Este trabalho visa ainda caracterizar os empreendimentos hoteleiros nela inseridos, assim como destacar, a partir da análise geral da gestão no setor, as suas potencialidades e fragilidades, buscando ainda descrever a maturidade da gestão do setor. E com isso visamos instrumentalizar o setor com informações científicas que proporcionem melhor qualidade nos serviços através da criação de valores sustentáveis ao cliente aumentando a competitividade, tornado a experiência na cidade cada vez mais atrativa.

2 Referencial teórico

2.1 Hotelaria e turismo

A hotelaria se estabelece como serviço base que alicerça o turismo, devido sua grande importância tanto logística como econômica, pois conecta os demais componentes do sistema como lazer, alimentação, entretenimento e sistemas de apoio, seu estudo mostra ainda que até 50% dos gastos em turismo são destinados a hotelaria (ANJOS, 2004). Como afirmam Morgado, João e Merlo (2010) a hotelaria se enquadra no ramo de serviços, pois o produto final de seu esforço organizacional tem alto grau de características relacionadas a uma experiência. Para Giancesi e Corrêa (1994) são três as características de serviços: a intangibilidade, a necessidade da presença do cliente ou de seu bem para a realização do serviço e a simultaneidade entre produção e consumo deste. Hoffman *et al* (2009) acrescenta uma quarta característica que ele denomina perecibilidade, que consiste na impossibilidade de estocagem do serviço, ou seja, o que não puder ser consumido será perdido.

Justamente pela sua característica de intangibilidade, a avaliação de serviços se dá no processo de execução ou após a ciência dos seus resultados, através da comparação entre a expectativa do cliente e a percepção do resultado final (GIANESI e CORRÊA, 1994). Esse processo de comparação entre expectativa e percepção do serviço entregue, dá-se o nome de desconfirmação negativa (resultando em insatisfação) ou desconfirmação positiva (satisfação) (HOFFMAN et al, 2009).

Por essa razão, o foco da organização deve estar no cliente, na entrega da tarefa a ele e em suprir suas necessidades sem perder de vista suas próprias limitações. Somente assim, na soma de cada experiência satisfatória construir-se-á uma avaliação de alta qualidade, traduzindo-se em diferencial na estratégia competitiva (HOFFMAN et al, 2009). Adotar a satisfação do cliente como filosofia da gestão do serviço significa que todos na organização, em contato direto ou mesmo indireto com estes, devem ter incutidos em si a responsabilidade de agir pró-ativamente para que tudo funcione bem para o cliente, pois entendem que sem ele a empresa perde sua razão de existir (ALBRECHT, 2002).

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

Pesquisas, segundo Giansesi e Corrêa (1994), destacam grande perda de clientes resultado de um serviço de qualidade medíocre. Albrecht (2002) reconhece, assim como Giansesi e Corrêa (1994) que, nesse contexto de mercado, existem reais oportunidades de crescimento em vendas, competitividade, ganho de mercado, e diferenciação da concorrência, para organizações que tem por base a excelência da prestação de serviço.

Devido a utilização crescente dos serviços hoteleiros como apoio ao seguimento turístico, não se concebe mais “achismos” na prestação de tais serviços. Estar sempre com o olhar voltado para o cliente e suas avaliações, quer positivas ou negativas, é extremamente sadio para empreendedorismo do setor. Através deste levantamento e análise sistemática pode-se tomar decisões mais acertadas sobre quais tópicos organizacionais influenciam mais a satisfação de seus clientes (RIBEIRO, 2010 *apud* PAIVA, 2012).

3 Metodologia

Por ser um estudo que busca descrever a qualidade de todo o setor hoteleiro do município de Cachoeira/Ba a pesquisa se caracteriza como um estudo multicaso que possibilita através de um corte transversal de múltiplos casos, levantar evidências mais relevantes e de maior confiabilidade sobre determinado contexto comparado aos estudos de casos únicos (YIN, 2001). Configura-se como uma pesquisa quantitativa pois através do levantamento de dados e descrição de indicadores do MEG (como liderança, pessoas e clientes) busca-se identificar o nível de qualidade da gestão de todo o setor. Essa tipologia exige coleta sistemática dos dados utilizando-se da linguagem matemática para descrever as causas dos fenômenos e/ou relação entre suas variáveis, podendo ser mensurado por simples instrumentos, produzindo dados passíveis de análise estatística de modo a generalizar resultados sobre aspectos da realidade objetiva (CRESWEL, 2010 e TEIXEIRA, 2013).

Quanto ao seu objetivo a pesquisa tem caráter exploratório e descritivo. Em sua fase exploratória buscou-se ampliar o conhecimento sobre o objeto estudado, levantando informações sobre a temática do turismo e da hotelaria a partir de pesquisas bibliográficas em livros e artigos científicos (SEVERINO, 2007) e fez-se também com pesquisa documental, na Secretaria de Cultura e Turismo de Cachoeira/Ba, a fim de levantar quantas empresas existem no setor e suas localizações para visita e aplicação dos questionários. Em sua fase descritiva objetivou-se avaliar o segmento baseando-se nos resultados individuais em cada critério avaliado no questionário Diagnóstico MPE para traçar o desempenho médio da qualidade da gestão do setor hoteleiro em Cachoeira/Ba e apresentar as potencialidade e debilidades do setor. Para além, foi elaborado um outro questionário que buscava caracterizar os hotéis com perguntas sobre sua infraestrutura, tempo de atuação, funcionários, serviços dentre outros. Essa abordagem se mostra coerente com o que apontam Barros (2009), pois afirmam que esta objetiva descrever o objeto por meio de observação e do levantamento sistemático de dados ou ainda por pesquisa bibliográfica e documental.

A população é caracterizada por todos os integrantes de um grupo (SPIEGEL, 1993), e neste caso, por treze empreendimentos do ramo hoteleiro, encontrados a partir de

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

registro disponibilizado pela prefeitura do município. Devido ao pequeno número de empreendimentos, constatou-se a possibilidade de estudo de toda a população, não sendo necessário a utilização de uma amostra que a representasse. Entretanto, um empreendimento não colaborou com a pesquisa, outros dois não foram encontrados para a realização desta e um outro estava encerrando suas atividades. Ainda durante a aplicação dos formulários foi encontrado um empreendimento não listado pela prefeitura, assim totalizando dez empreendimentos pesquisados. Dessa forma, a pesquisa se caracteriza como um estudo estatístico não-probabilístico intencional pois se forma uma amostra a partir dos elementos disponíveis para pesquisa (SANTOS, 2009).

Os empresários ou gerentes responsáveis foram entrevistados e responderam ao instrumento baseado no MEG disponibilizado mediante cadastro da empresa via internet no site da FNQ cujos os dados foram analisados estatisticamente pelo próprio servidor, gerando relatórios diagnósticos da empresa. O questionário construído para a caracterização das empresas foi tabulado a partir da plataforma gratuita de dados do Google, Google forms, que geraram os dados gráficos necessários para análise.

4 Análise dos resultados

4.1 Caracterização das Empresas

Para caracterizar as empresas atuantes no setor hoteleiro de Cachoeira/Ba foram feitas sete perguntas. Sobre o tempo de atuação dessas empresas no mercado, 70% delas estão em atividade a mais de 5 anos, mas apenas 30% dessas possui mais de 10 anos. Podemos afirmar então que o mercado hoteleiro de Cachoeira/Ba é relativamente novo, visto que é uma cidade histórica, de eventos e festas culturais bem conhecidos nacional e internacionalmente como a festa da Irmandade da Boa Morte, Festa da Ajuda e a Festa Literária Internacional de Cachoeira/Ba.

Sobre a quantidade de quartos disponíveis nesses estabelecimentos, 80% dos hotéis e pousadas oferecem até 20 quartos. Nenhum hotel ou pousada oferece acima de 31 quartos. É cabível refletir que se em uma das festividades da cidade, como a Festa da Boa Morte, um total de 3 mil turistas visitarem a cidade, os hotéis não seriam suficientes para acomodá-los, pois se cada quarto acomodar uma média de três pessoas, cada um desses estabelecimentos tem uma capacidade média de atendimento de 60 pessoas.

Em se tratando do número de leitos, 50% dos hotéis ofereciam até 30 leitos, 40% ofereciam entre 31 a 60 leitos e apenas 10% ofereciam de 61 a 90 leitos. Nenhum hotel ou pousada ofereceu acima de 91 leitos a seus hóspedes. Outro aspecto é que 60% das empresas pesquisadas possuem até 5 funcionários, 20% entre 6 e 10 funcionários e outros 20% entre 11 e 20 funcionários. Mais um dado que corrobora a ideia de que poucos estabelecimentos têm capacidade para atender uma quantidade razoável de hóspedes.

Ao serem questionados sobre o nível de escolaridade temos que, 40% dos gestores possuem ensino médio completo, 30% possuem ensino superior completo em administração ou turismo ou hotelaria, 10% dos entrevistados responderam que

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

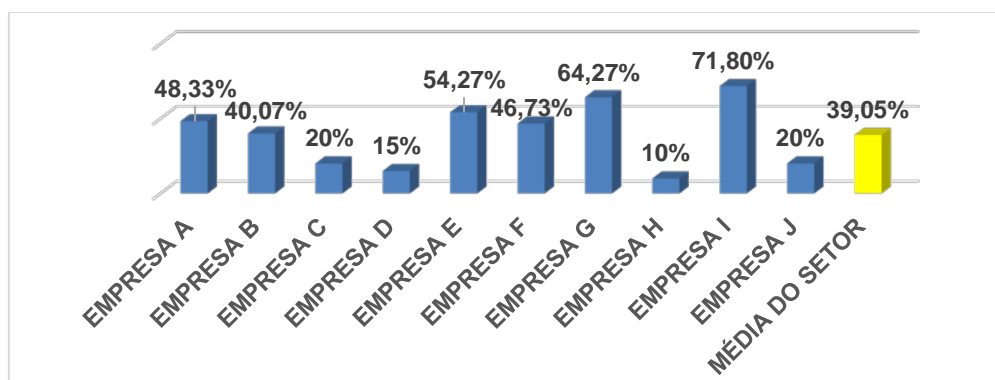
possuem curso superior completo em outra área, 10% possui ensino superior incompleto e outros 10% se classificam como analfabetos. Apenas 30% dos gestores tem habilidades e conhecimentos técnicos adequados a boa gestão dos empreendimentos em que atuam. Se agruparmos os gestores com ensino médio completo e os analfabetos, somamos que 50% das empresas tem uma gestão tecnicamente intuitiva, com características (em observação pessoal no campo) de empresas familiares, as quais sobrevivem destes empreendimentos.

A sexta pergunta, relativa ao período com a maior taxa de ocupação do empreendimento, permitia mais de uma resposta e tinha como alternativas os trimestres do ano. As respostas indicaram que o segundo e o terceiro trimestre (de abril a setembro) São os meses com maior taxa de ocupação atingindo respectivamente 50% e 60% das respostas, esses meses coincidem com os meses com mais festividades típicas locais e regionais, como festa junina e a festa da “Boa Morte”. O quarto trimestre (de outubro a dezembro) obteve 20% de escolha, pois neste período ocorrem também eventos importantes como FLICA, festa D’ajuda entre outros. Isso revela um mercado consumidor bem sazonal, que demanda uma complexidade maior de planejamento estratégico para o sucesso do negócio.

Sobre os serviços agregados, 100% oferecem café da manhã e Wi-Fi. Itens como lavanderia (40%), serviço de quarto (40%) e frigobar (60%) aparecem bem representados. Outro ponto interessante é que, apesar de ser uma cidade de grande apelo turístico, onde oferecer informações turísticas da região é algo essencial, este pensamento encontra aceitação em apenas 60% dos hotéis. Em 50% deles também é oferecido atendimento bilíngue. Como serviços diferenciados na região foram encontradas passeio de barco, oferta de 3 refeições no dia, piscina e cofres no quarto com 10% de participação das respostas cada.

4.2 Caracterização da gestão

Segundo o relatório de auto avaliação do MPE diagnóstico, deve-se entender dos resultados que uma pontuação acima de 80% no critério avaliado significa que a empresa está apta a galgar para o próximo patamar de excelência naquele critério. E para pontuações abaixo de 60% entende-se que se devem fazer melhorias relativas aquele critério.

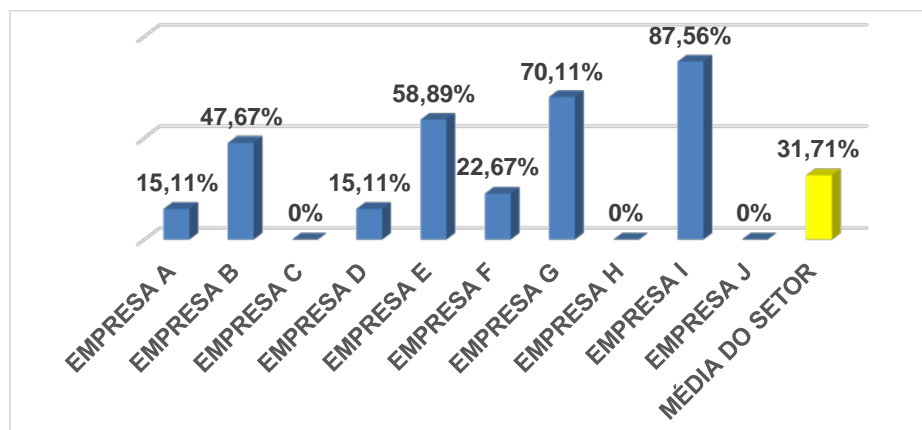


Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

Fonte: Elaboração própria (2017)

Gráfico 1 –Critério de liderança.

No critério liderança a “empresa I” foi o empreendimento com maior escore, alcançando 71,80% dos pontos possíveis nesse quesito, e a “empresa H” foi a de menor escore, alcançando apenas 10% do total de pontos possíveis. Neste aspecto, a média do setor foi de 39,05%, que indica não apenas a falta de direcionamento estratégico dos gestores mas também a debilidade no compartilhamento das informações com os colaboradores, que pode resultar no baixo envolvimento destes e confusão no direcionamento de suas ações para com o alcance dos objetivos organizacionais, gerando baixa qualidade nos serviços.

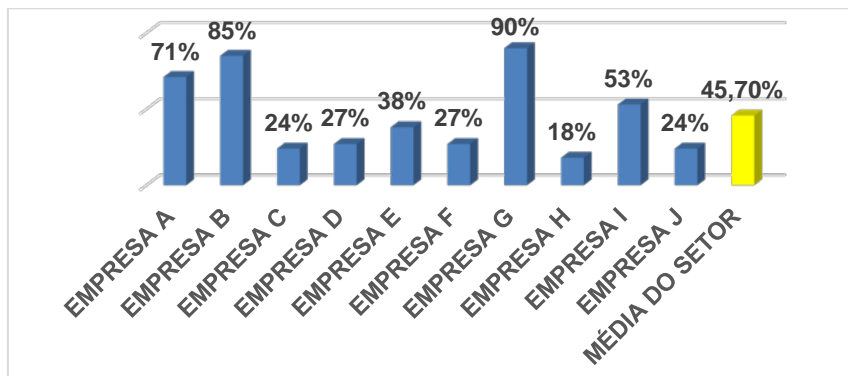


Fonte: Elaboração própria (2017)

Gráfico 2 – Critério de Estratégia e Planos

No critério Estratégia e planos a “Empresa I” obteve o maior escore com 87,56% dos pontos possíveis, alcançando o patamar de excelência neste critério, por outro lado as empresas “C, D, J” ficaram com 0%, ou seja não efetuavam nenhum tipo de ação relacionadas a estratégias e planos. Neste critério a média do setor hoteleiro de Cachoeira/Ba foi de 31,71%, que indica falta de planejamento com foco em traçar e comunicar os planos de ação para que se possa gerir e alcançar os objetivos futuros (visão) da empresa.

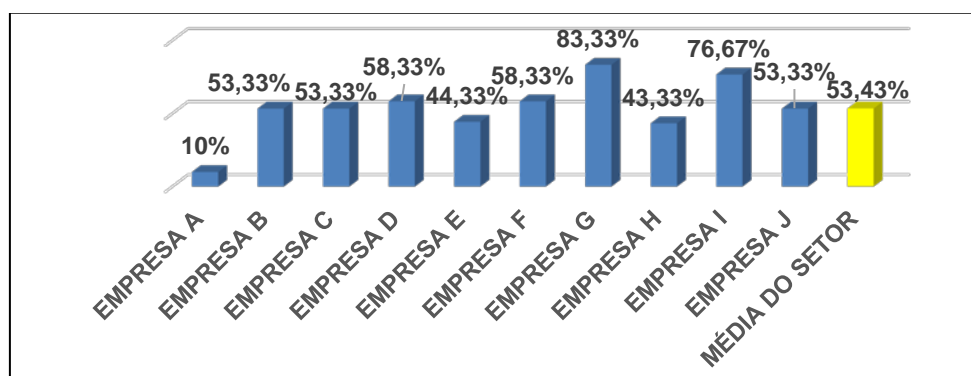
Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018



Fonte: Elaboração própria (2017)

Gráfico 3 – Critério clientes

No critério Clientes as empresas com maiores pontuações foram as “Empresa G” que conseguiu 90% dos pontos e a “Empresa B” com 85%. De acordo com a avaliação feita pelo MEG, essas duas empresas já podem alcançar um novo patamar de excelência neste critério, pois as empresas já conseguem extrair as informações necessárias para melhor atender seus clientes em suas necessidades e desejos, levando em consideração também as suas insatisfações neste processo. A “empresa A” conseguiu uma pontuação boa (71%) porém ainda deve atentar para melhorias nos processos quanto a este critério. Já as demais empresas obtiveram pontuação menor que 53% demonstrando práticas muito aquém das desejadas pelos padrões de qualidade do instrumento, perdendo sua capacidade competitiva por não gerarem informações que resultariam na satisfação com a experiência do serviço e fidelização destes clientes. A média do setor totalizou 46% de qualidade e se enquadra na mesma análise da maioria das empresas neste critério.



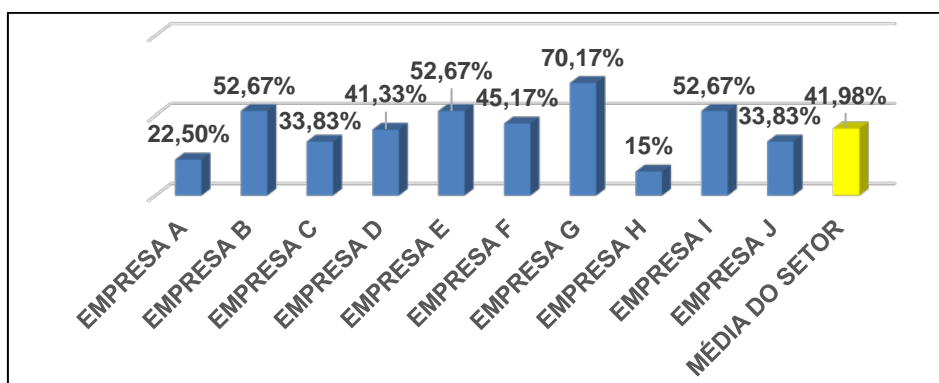
Fonte: Elaboração própria (2017)

Gráfico 4 – Critério sociedade

No critério Sociedade a “Empresa A” obteve o menor escore com apenas 10%, já a “Empresa G” obteve o maior grau de aproveitamento com 83,33% do escore total, mostrando que ela conhece e atualiza as exigências legais para seu funcionamento e

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

está comprometida com o levantamento e prevenção de ações que minimizem os impactos ambientais que possam ser causados pelo seus negócios. Dos critérios avaliados pelo MEG, o de sociedade foi o que obteve a maior média do setor, com 53% onde as pontuações mais significativas foram quanto aos conhecimentos de aspectos legais e impactos ambientais e sua prevenção. Destaca-se ainda que nenhuma das empresas está engajada em ações sociais de nenhum tipo.

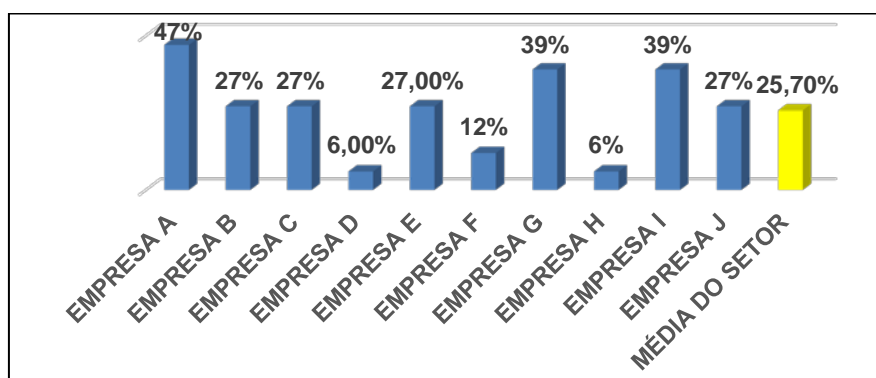


Fonte: Elaboração própria (2017)

Gráfico 5 – Critério de informações e conhecimentos

No critério Informações e conhecimentos, a “Empresa G” obteve o maior escore do setor com 70,17%, revelando bom desempenho neste critério, isso significa que seus colaboradores sabem quais atividades lhes compete fazer mesmo que isto não esteja padronizado em um documento formal (realidade do setor), eles também são incentivados a dividir informações importantes para o empreendimento que indica boa gestão do conhecimento organizacional. Enquanto que a “Empresa H”, obteve o menor escore do setor com apenas 15% do total de pontos possíveis.

Ainda neste critério, a média do setor foi de 41,98%, esta média é considerada baixa e revela que setor tem pouca organização quanta as informações que geram em seu dia-a-dia, ao compartilhamento dessas informações entre colaboradores e gestores perdendo capacidade de gerar *know-how* da sua atividade e se destacar competitivamente no mercado.



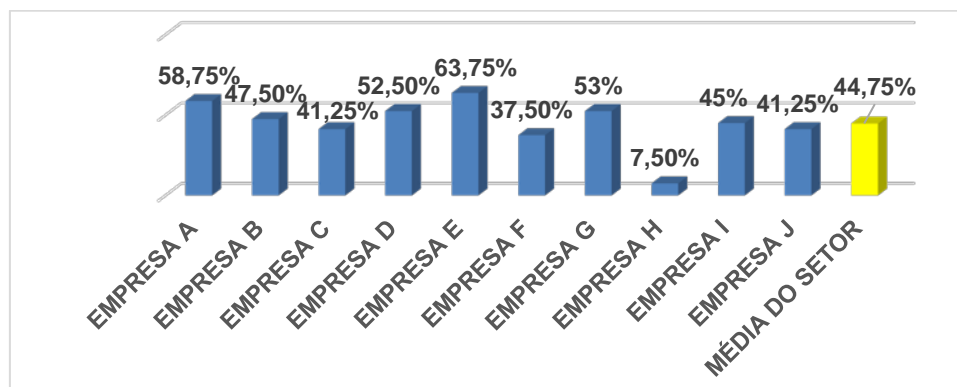
Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

Fonte: Elaboração própria (2017)

Gráfico 6 – Critério pessoas

No critério Pessoas a maior nota foi da “Empresa A” com 47% de escore. Enquanto que as empresas “D” e “H” obtiveram a menor nota com apenas 6% da qualidade total nesse critério. Neste critério houve a 2º menor avaliação do setor, sendo que a qualidade nesse aspecto foi de apenas 26%. Esse resultado demonstra que as empresas possuem pouquíssimos ou nenhum critério para selecionar o maior recurso que qualquer empresa tem, que são as pessoas, sendo que os processos de seleção dos mesmos são meramente intuitivos, não avaliam se o colaborador é capacitado para desenvolver determinada função, demonstra também que as atribuições dos colaboradores não estão formalmente definidas.

A falta de definição e realização desses processos, contribui para um menor índice de produtividade e eficiência. A satisfação e o bem estar dos colaboradores muitas vezes só é levada em consideração depois de algum episódio de insatisfação já manifesto dentro da empresa.

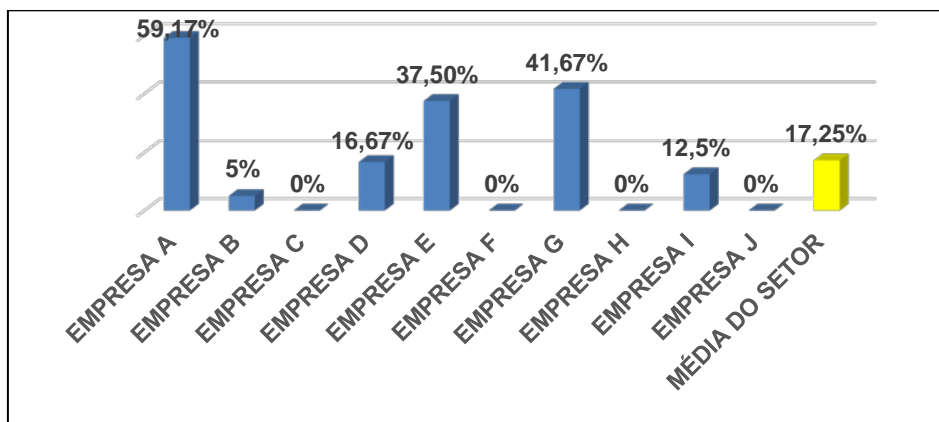


Fonte: Elaboração própria (2017)

Gráfico 7 – Critério processos

No critério Processos o empreendimento com maior nota foi a “Empresa E” com 63,75% dos pontos, enquanto que a “Empresa H” obteve apenas 7,50% dos totais de pontos. Já o setor hoteleiro de Cachoeira/Ba obteve o escore de 44,75%. Fica evidenciado com este resultado que os processos principais do negócio não estão definidos ou padronizados o suficiente para garantir a qualidade do serviço prestado. Esse é um aspecto muito importante porque influi diretamente sobre a qualidade percebida pelo cliente, pois em serviços, como o de hotelaria, a avaliação se dá no processo em que se consome tal serviço, no contato direto do cliente com os procedimentos no ambiente do hotel.

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

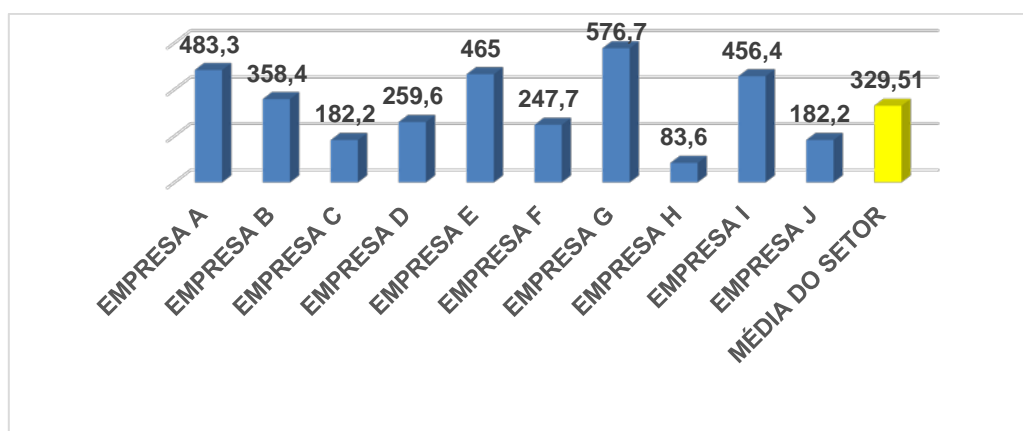


Fonte: Elaboração própria (2017)

Gráfico 8 – Critério resultados

O critério Resultados é analisado em relação à tendência, ou seja, o seu comportamento ao longo do tempo considerando os três últimos anos. Onde a única empresa que conseguiu ter mais da metade de aprovação foi a “Empresa A” com 59,17% de escore, enquanto que quatro empreendimentos, que foram as empresas “C,F,H e J” obtiveram 0% de escore. O 8º critério de excelência do MEG, que é voltado para os resultados, foi o critério com a menor avaliação do setor com média de 17,25%. Essa avaliação negativa no setor, aponta para um problema que é muito comum no país a falta de indicadores, para que ocorram análises sistemáticas relacionadas aos rumos do empreendimento, demonstrando por exemplo, que não existem indicadores financeiros, de produtividade, satisfação, dentre outros.

Podemos observar que todos os critérios estão com escore abaixo de 60% o que indicaria que em nenhum destes aspectos o setor atua com o mínimo de excelência em gestão.



Fonte: Elaboração própria (2017)

Gráfico 9 – Grau de maturidade da gestão

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

Ainda sobre o grau de maturidade das empresas, 10% das empresas ficaram no 1º nível (existência), 40% das empresas ficaram situadas no grau da média do setor que é 2º nível (sobrevivência). 40% das empresas ficaram no 3º nível (sucesso) 10% das empresas teve como nível de maturidade o 4º (crescimento). A pontuação média do setor foi de 329,51 o que equivaleria ao nível 2 de maturidade da gestão, denominado “sobrevivência” onde a supervisão do trabalho é feita pelo proprietário e as estratégias são focadas na sobrevivência da organização.

Estes empreendimentos focam na superação do ponto de equilíbrio e ainda há dúvidas quanto ao retorno do investimento inicial. A empresa possui estrutura simples e dependência do proprietário, havendo a possibilidade de fechamento do negócio se esse se ausentar.

5 Considerações finais

Este artigo se propôs a investigar o nível da qualidade da gestão no setor hoteleiro do município de Cachoeira/Ba, setor de base que viabiliza o turismo em uma cidade símbolo da cultura afro-brasileira, característica que lhe renderam o tombamento como Monumento Nacional pelo IPHAN. Tal potencial turístico foi percebido como oportunidade para alavancar a economia local.

A pesquisa feita com dez empreendimentos hoteleiros deu margem a duas caracterizações: uma caracterização funcional e estrutural do setor e outra sobre a qualidade na gestão que avalia oito critérios de qualidade na gestão segundo o MEG. Do primeiro instrumento resultou que a grande maioria dos hotéis se caracterizam por uma estrutura muito pequena oferecendo quartos, leitos e quadro de funcionários que não suportam a demanda turística da cidade em seus festivais. A atuação no mercado é relativamente recente (menos de dez anos) e é encabeçada por uma gestão pobre em conhecimentos técnicos que possibilitem embasar uma gestão eficaz (empreendimentos de caráter basicamente familiar), principalmente quando o setor revela um certo nível de complexidade pela sazonalidade do serviço.

A partir do questionário MPE constatou-se que, nas médias que caracterizam o setor, em nenhum dos critérios obteve-se resultado satisfatório (entre 60% a 80%). A pontuação total no setor somou 32,95% dos pontos possíveis, o que equivaleria ao nível 2 de maturidade da gestão, denominado “sobrevivência” onde a supervisão do trabalho é feita pelo proprietário e as estratégias são focadas na sobrevivência da organização.

O conhecimento do estágio de maturidade da gestão e suas características é muito importante pois auxilia o empreendedor a entender em que fase sua empresa se encontra e a perseguir as características do nível imediatamente acima. Os gestores são os responsáveis por filtrar as oportunidades e ameaças do ambiente ao seu redor, porém isso só é possível diante de certa maturidade da gestão, proporcionando mais chances de desenvolver um negócio sustentável. Fica demonstrado que todo o setor carece de melhorias no tocante a gestão, e à medida que se instrumentalizem poderão aproveitar melhor o potencial de crescimento do seu negócio, e, por consequência, auxiliar no desenvolvimento local.

Ponta Grossa, Paraná, Brasil – 06 a 08 de junho de 2018

REFERENCIAS

ALBRECHT, K. Revolução nos serviços: como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar seus clientes. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

ANJOS, S.J.G. Serviços integrados no turismo: um modelo de gestão para o setor de hotelaria. 2004. 211 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia da Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em:

<<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/87545/205204.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 17 jun. 2017.

BAHIA. Prodetur Bahia. Secretaria do Turismo (Org.). Cachoeira. SD. Disponível em:

<<http://www.prodeturbahia.turismo.ba.gov.br/municipios-beneficiados/cachoeira/>>. Acesso em: 16 out. 2016.

BARROS, A.J.P. Projeto de pesquisa: propostas metodológicas. 18 Ed – Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

GIANESI, I.G.N.; CORRÊA, H.L. Administração estratégica de serviços: operações para satisfação do cliente. São Paulo: Atlas, 1994.

HOFFMAN, K.D. et al. Princípios de marketing de serviços. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MORGADO, R.R.; JOÃO, I.S.; MERLO, E.M. Análise dos atributos valorizados pelo consumidor de hotelaria do segmento econômico: Um estudo exploratório. Revista Turismo: Visão e Ação, Santa Catarina, v. 12, n. 1, p.04-22, 22 jan. 2010. Semestral. Disponível em:

<<https://siaiap32.univali.br//seer/index.php/rtva/article/view/678>>. Acesso em: 21 ago. 2017.

PAIVA, C.B. Atributos da qualidade em serviços da rede hoteleira como determinantes da satisfação do cliente: um estudo de caso na cidade de Palmas-TO. 2012. 55 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade de Brasília, Tocantins, 2012.

SANTOS, I.E. Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica. 6. Ed. Niterói, RJ: Impetus, 2009.

SEVERINO, A.J. Metodologia do trabalho científico. 23.ed. ver e atualizada. São Paulo: Cortez, 2007.

SPIEGEL, M. Estatística. 3ª. Ed. São Paulo - SP : Makron Books, 1993

TEIXEIRA, E. As Três Metodologias: Acadêmica, da Ciência e da Pesquisa. 10. Ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2013.

YIN, R.K. Estudo de caso: planejamento e método. Tradução de Daniel Grassi. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
