

Os Meios de Hospedagem de Pequeno Porte de Águas de São Pedro (SP) e sua Importância para o Turismo Local

Los Medios de Hospedaje de Pequeño Porte de Aguas de São Pedro (SP) y su Importancia para el Turismo Local

Small Accommodation Establishments in Águas de São Pedro (SP) and their Importance for Local Tourism

Maria Augusta Araújo Cruz*
macruz@unimep.br
Maria Poggi e Borges**
mpborgesa@unimep.br

Resumo

O setor de hospitalidade tem papel fundamental no crescimento do turismo nas últimas décadas, possibilitando a permanência do turista na localidade visitada e atendendo aos mais diversos segmentos da demanda. Este estudo analisou a importância e a participação da hotelaria de pequeno porte no turismo da Estância Hidromineral de Águas de São Pedro (SP) e também avaliou a gestão desses empreendimentos, principalmente no que se refere à qualidade na prestação dos serviços. Para isso, este trabalho contou com pesquisa de campo, através de questionários direcionados aos proprietários dos estabelecimentos estudados e, ainda, levantamento feito com os turistas que se hospedaram nestes locais. A análise dos dados revelou que este tipo de meio de hospedagem em particular é importante para o turismo do município, por atender uma parcela específica da demanda turística, interessada pelos preços praticados nesses estabelecimentos.

Palavras-chaves: Turismo, Meios de Hospedagem, Pousadas, Qualidade nos Serviços.

Resumen

El sector de hospitalidad cumple un rol fundamental en el crecimiento del turismo en las últimas décadas, posibilitando la permanencia del turista en la localidad visitada y atendiendo a los más diversos segmentos de la demanda. Este estudio analizó la importancia y la participación de la hostelería de pequeño porte en el turismo de la Estancia Hidromineral de Águas de São Pedro (SP) y también evaluó la gestión de esos emprendimientos, principalmente en lo que se refiere a la calidad en la prestación de los servicios. Para eso, este trabajo contó con una investigación de campo, a través de cuestionarios enderezados a los propietarios de los establecimientos estudiados y un levantamiento hecho con los turistas que se hospedaron en estos locales. El análisis de los datos reveló que este tipo de medio de hospedaje, en particular, es importante para el turismo del municipio por atender a una parcela específica de la demanda turística interesada por los precios practicados en esos establecimientos.

Palabras-clave: Turismo, Medios de Hospedaje, Posadas, Calidad en los Servicios.

Abstract

The hospitality sector has played a fundamental role in the growth of tourism in recent decades, enabling tourists to stay in the locale visited, and catering for the demand a wide variety of market sectors. This study analyzes the importance and participation of the small hotel industry in the tourism industry of the Spa Resort of Águas de São Pedro (SP) and evaluates the management of these businesses, particularly in relation to the quality of service provision. For this purpose, field research was carried out, through questionnaires applied to the owners of the establishments studied, and also, research with tourists staying in these places. The data analysis revealed that this type accommodation, in particular, is important for tourism in the town, as it serves a specific segment of the tourism demand, which is interested in the prices offered by these establishments.

Key words: Tourism, Means of Accommodation, Guest Houses, Quality of Services.

* Bacharel em Turismo; cursando a Pós-Graduação Planejamento e Organização de Eventos no SENAC.

** Docente do Curso de Graduação em Turismo da Universidade Metodista de Piracicaba. Mestre em Ciência da Comunicação / Turismo e Lazer da ECA/USP.

1 Introdução

Além de ser uma atividade econômica expressiva, o turismo se mostra como algo mágico para o consumidor, pois mexe com suas emoções, sonhos e desejos. Por isso, Camargo (2001, p.39) define o turismo como algo “que se produz em nossa consciência por meio dos sentidos, envolvendo dados materiais, ou fenômenos internalizados, psicológicos, nos quais, por exemplo, se encontrariam as atitudes e as sensações antes, durante e após a viagem”.

Um dos fatores mais importantes para a existência do turismo está relacionado com a hospitalidade. Este setor tem papel fundamental no sistema turístico, uma vez que viabiliza a permanência dos turistas na localidade visitada, seja a lazer ou a negócios, atendendo às suas necessidades e permitindo a expansão da atividade turística.

Os meios de hospedagem variam de acordo com sua estrutura e seu foco de atuação. As instalações de um hotel oferecem desde serviços básicos como hospedagem e alimentação, até serviços luxuosos para o descanso do hóspede, passando por serviços e instalações para a realização de reuniões, conferências e transações de negócios. Os hotéis oferecem, ainda, recreação e entretenimento, gerando um número significativo de empregos, seja nas grandes redes hoteleiras ou nos hotéis de pequeno porte (MEDLIK, 2002). Todos os meios de hospedagem têm um papel importante dentro da “indústria” turística, com reflexos para a economia da comunidade onde está inserido.

Seguindo este raciocínio, verificou-se a necessidade de se efetuar um estudo que focasse a importância de determinados meios de hospedagem em um município turístico brasileiro, como também avaliar a qualidade e as condições dos serviços prestados neste destino. Assim, o objetivo determinado foi analisar a importância e a participação do segmento hoteleiro de pequeno porte em relação ao turismo da Estância Hidromineral de Águas de São Pedro e, também, avaliar a gestão das pousadas, principalmente no que se refere à qualidade na prestação de serviços.

A escolha deste município se deu em função de sua relevância no turismo regional, sendo procurado, principalmente, por famílias residentes na capital paulista, que buscam a tranquilidade do local e também por apresentar o melhor índice de qualidade de vida do país, segundo o IBGE (GUIA QUATRO RODAS, 2003). Lá, os turistas têm acesso aos banhos em águas minerais com propriedades medicinais, além de um agradável contato com a natureza, em ambiente com muita tranquilidade e segurança para os moradores e turistas que o visitam.

Dessa forma, este estudo está direcionado a um meio de hospedagem específico, o de pequeno porte, procurando mostrar o nível de importância destes empreendimentos para a estrutura turística do município, que tem sua economia baseada totalmente nesta atividade. Vale observar que no município não há atividades agrícolas e, também, que a legislação municipal não permite a instalação de indústrias.

Sabe-se que os meios de hospedagem de pequeno porte oferecem, na maioria das vezes, um número de serviços reduzidos. Sendo assim, uma característica importante dos turistas que se hospedam neste tipo de estabelecimento é que, frequentemente, buscam conhecer os atrativos naturais e/ou culturais do local, diferentemente dos hóspedes que procuram hotéis com estrutura de lazer, nos quais há um grande número de atividades e equipamentos para o seu entretenimento. No entanto, nota-se a falta de profissionalismo nesses estabelecimentos, o que, muitas vezes, resulta em informalidade e em falta de qualidade no atendimento e nos serviços prestados.

2 A importância dos meios de hospedagem

O turismo é composto por muitos prestadores de serviços, que, juntos, permitem que a atividade seja realizada plenamente. Como o setor de transportes, o setor de hospitalidade é fundamental para

a realização da experiência turística e essa importância vem sendo notada durante todo o período da história do turismo mundial, como descreve Goeldner et al. (2002, p. 121):

[...] o fornecimento de hospedagem [...] é um dos negócios mais antigos do mundo. No início, os quartos de hóspedes eram parte de domicílios particulares. Depois, vieram as hospedarias e os quartos nos monastérios. Hoje, os serviços de hospedagem e alimentação têm uma importância econômica enorme.

No âmbito econômico, o setor de hospitalidade também se destaca, mostrando-se como um dos mais promissores e significativos. Cooper et. al. (2001) afirmam que a hospedagem é o maior setor dentro da economia turística, além de ser uma importante estrutura de apoio na região da destinação.

Esta importância é confirmada, visto que durante todo o período em que o turista se encontra fora de sua residência habitual, ele busca nas dependências do hotel satisfazer suas necessidades básicas de acomodação, descanso, higiene e alimentação. Nesse sentido, Yázigi (2000) afirma que a hotelaria é a arte de agradar, visando oferecer serviços de excelência e pequenos prazeres.

Porém, existe uma grande diversidade nos estabelecimentos que compõem este segmento do turismo e, segundo Cooper et. al. (2001), a hospedagem é caracterizada por uma extrema heterogeneidade e qualquer tentativa de análise do setor deve levar isto em conta.

Dessa forma, o mercado apresenta, hoje, um leque variado de opções no segmento de hospedagem. Como este trabalho está voltado aos meios de hospedagem de pequeno porte, são analisados somente esses tipos de estabelecimentos e suas classificações.

2.1 Pousadas e *Bed and Breakfast*

As pousadas, segundo Duarte (1996, p. 29), recebem a seguinte definição:

Estabelecimento comercial de hospedagem, instalado total ou parcialmente em edifício de valor histórico ou de significação regional ou local, reconhecido pelo poder público, que alugue para ocupação temporária aposentos mobiliados das espécies quartos, apartamentos ou suítes, oferecendo ainda outros serviços complementares da indústria hoteleira. [...] caracteriza o edifício como aquele que oferece hospitalidade e ambientação simples, acolhedora e integrada à região.

Apesar da afirmação anterior classificar as pousadas como estabelecimentos instalados em edifícios que possuam certo valor histórico, isso nem sempre acontece. Nota-se, atualmente, que as pousadas funcionam como um hotel, porém, com um número reduzido de Unidades Habitacionais (UHs), que seriam os apartamentos ou suítes, e redução também dos serviços oferecidos aos hóspedes, como lavanderia, *room service* etc. Nesse sentido, constata-se, também, que a maioria dos estabelecimentos de pequeno porte é conduzida através de administração familiar.

Muitas pessoas acreditam que se hospedar em uma pousada é ter garantia de tarifas mais baixas das praticadas pelos hotéis, porém, isso nem sempre acontece. Um exemplo disso seria o “Roteiro de Charme” (composto por 40 pousadas e pequenos hotéis), que possuem tarifas comparáveis aos hotéis pertencentes a grandes redes, mas com o diferencial de prestar atendimento personalizado ao hóspede, em um ambiente requintado e, algumas vezes, luxuoso.

Um outro tipo de hospedagem de pequeno porte é o denominado *Bed and Breakfast (B&B)*, que, em português, seria traduzido como cama e café, onde os proprietários alugam quartos de seus imóveis, que possuem algum valor histórico, no local onde se encontram ou por ser uma casa

exótica ou, simplesmente, por possuir localização agradável, e servem o café da manhã, já incluso no valor da diária. Os proprietários das residências que se destinam a esse tipo de prestação de serviços possuem quartos desocupados em suas casas, muitos são solteiros ou aposentados, que garantem, dessa forma, uma renda extra.

Nesse tipo de estabelecimento há um contato muito grande entre o turista e o anfitrião da casa que, na maioria das vezes, indica os melhores passeios, restaurantes, lojas etc. Seguindo este raciocínio, Goeldner et al (2002, p. 126), afirmam que:

Os *B&B* oferecem o melhor espaço possível para que viajantes de todas as idades e proveniências experimentem pessoalmente os estilos de vida em regiões do país antes desconhecidas. O anfitrião do *B&B* pode tornar-se o melhor embaixador da região.

No Brasil, ainda são poucos os estabelecimentos desse tipo, principalmente pela falta de divulgação e de conhecimento dos turistas, mas nota-se que eles estão sendo implantados em muitas regiões do país. Para acelerar este processo, estão sendo criadas instituições para o cadastramento desses meios de hospedagem, como acontece com a Ace Hostels Brazil, que possui estabelecimentos *B&B* cadastrados em São Paulo, Rio de Janeiro, Paraty e Petrópolis, disponibilizando informações gerais no seu *site*.

2.2 Gestão dos meios de hospedagem de pequeno porte

Como todo estabelecimento comercial, os meios de hospedagem de pequeno porte são organizações privadas e, dessa forma, necessitam ser administrados. Chiavenato (2000, p. 03) conceitua administração como “[...] o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar o uso dos recursos organizacionais para alcançar determinados objetivos de maneira eficiente e eficaz”.

Porém, o enfoque da administração não pode somente ser direcionado ao setor econômico, mas deve englobar os fatores humanos e físicos, levando-se em conta, principalmente no caso do turismo, o local onde o estabelecimento está inserido. Segundo Barros e Prates (1996, p. 14):

Nossa premissa básica é de que a empresa, além de ser vista como uma unidade econômica, em sua função empreendedora e produtiva, deve ser entendida também como uma unidade sociocultural, palco de fenômenos de socialização e de aculturação. E como tal, expressa no conjunto de suas relações uma série de valores, estruturas e processos vigentes na cultura e na sociedade brasileira.

Chiavenato (2000) destaca que, mesmo não podendo se focar nos benefícios econômicos, toda empresa tem como objetivo obter lucros seja a curto, médio ou longo prazo, dependendo do bem ou serviço a ser produzido e apresentado ao mercado e isso diferencia as empresas das demais organizações (como as públicas ou as organizações não governamentais).

No caso da hotelaria no Brasil, especificamente das pousadas aqui estudadas, nota-se um grande amorismo dos profissionais envolvidos, já que muitos proprietários e gerentes desses estabelecimentos não possuem qualificação profissional para atuar na área. Além disso, é comum se deparar com casos de pessoas que tinham o “sonho” de construir uma pousada em um determinado local (na maioria das vezes, denominadas como paradisíaco) e sobreviver dessa renda, desfrutando de prazer e tranquilidade. Porém, na prática, não basta apenas ter boas idéias, dinheiro e vontade suficientes para realizar tal “sonho”. Segundo dados do Sebrae, entre as pequenas e médias empresas, cerca de 80% fecham antes de completar dois anos no mercado.

Para que isto não aconteça, é necessário que, antes da implantação do estabelecimento, seja realizado o planejamento estratégico, analisando a viabilidade econômica e mercadológica do negócio e garantindo sua prosperidade. Outro fator importante diz respeito ao diferencial apresentado pelo empreendimento, fazendo com que o público se interesse pelo que está sendo apresentado. Além disso, profissionais qualificados são essenciais para que os serviços sejam prestados com qualidade.

No contexto da qualidade na prestação de serviços, é importante esclarecer que a qualidade não é puramente uma técnica, mas sim todos os esforços que as empresas realizam (ou buscam realizar) para melhor atender seus clientes, através da padronização de serviços, do treinamento dos recursos humanos envolvidos com a hospitalidade, da capacidade de adaptação a variações da demanda, dentre outros.

A qualidade dos serviços é subjetiva e medida através da percepção dos clientes. Assim, é necessário focar o negócio em cada segmento de público que se busca atingir. As organizações devem direcionar suas ações para conhecer as necessidades e desejos dos clientes, para, então, poder atendê-los de maneira satisfatória. Dessa forma, o cliente é o objetivo central de cada empresa, merecendo toda a atenção e eficiência para sua satisfação.

Segundo Dornelas (2003:05), muitas empresas têm procurado inovar com o objetivo de acompanhar o rápido desenvolvimento tecnológico e a globalização dos mercados, bem como tem havido maior exigência dos consumidores por produtos e serviços de melhor qualidade e tecnologicamente mais avançados. Nesta linha de raciocínio, Castelli (1998, p. 15) afirma que:

As pessoas no mundo inteiro pedem e exigem qualidade dos bens e serviços que adquirem. Não existe empresa que possa resistir por muito tempo à fúria de clientes insatisfeitos. Eles estão cada vez mais “botando a boca no trombone”.

Ainda, segundo Dornelas (2003), também se torna necessário que o estabelecimento hoteleiro satisfaça as necessidades, expectativas e desejos de seus hóspedes, pois o hotel deve oferecer serviços com qualidade para poder fidelizar seus clientes (CASTELLI, 1998).

A preocupação com a qualidade na prestação dos serviços no setor turístico, especificamente nos meios de hospedagem, não é recente. Trata-se, na verdade, de uma condição fundamental para que fornecedores de serviços tenham a preferência do turista no mercado cada vez mais competitivo.

A qualidade pode ser observada pela eficiência dos serviços realizados, nos interesses, nas necessidades e na satisfação dos clientes. Para atingir a qualidade, devem ser desenvolvidas ações que sejam percebidas pelo cliente.

Para que seja possível atingir bom nível de atendimento em um empreendimento hoteleiro, faz-se necessária a contratação de pessoal especializado e, também, que os funcionários recebam treinamento e motivação para o cargo que exercem. Assim, Van Der Wagen (2001) explora todos os aspectos de liderança em cargos de chefia e também dá ênfase ao gerenciamento de pessoal, como seleção, treinamento, monitoramento etc., afirmando que “[...] há muitos desafios associados ao trabalho de supervisão, dada a natureza dinâmica do setor e as exigências do cliente individual” (VAN DER WAGEN, 2001, p.08).

Coimbra (1998) vai além, ao enfatizar que não se trata de dar treinamento a esses profissionais. De acordo com este autor, é indispensável que eles gostem de atender às pessoas, uma vez que cada hóspede tem necessidades e desejos diversos. Dessa forma, os profissionais que vão lidar com hóspedes devem ser rigorosamente selecionados (COIMBRA, 1998).

A globalização trouxe vantagens e oportunidades para as pessoas terem acesso a serviços variados em todo o mundo. Porém, também trouxe a necessidade de aperfeiçoamento e profissionalismo, uma vez que os turistas estão cada vez mais exigentes, conforme colocado por Yazigi (2000).

3 O Turismo em Aguas de São Pedro

Parte das destinações turísticas do Estado de São Paulo recebe a classificação de estância. Tal designação compreende que os municípios devem possuir características e condições de lazer, recreação e recursos naturais e culturais específicos, além de alguma infra-estrutura e serviços voltados à atividade turística. São quatro as categorias de estâncias no Estado de São Paulo: balneárias, climáticas, hidrominerais e turísticas, para as quais existe um órgão de apoio, o Departamento de Apoio ao Desenvolvimento das Estâncias (DADE), subordinado à Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. Do total de 645 municípios paulistas, 65 são enquadrados em uma dessas categorias.

Este estudo está focado no Município de Águas de São Pedro, uma estância hidromineral, que conta com a presença de fontes de águas medicinais e balneário de uso público, além de possuir clima ameno, paisagens espetaculares e balneários de uso público para tratamento com as águas existentes.

A descoberta das águas minerais se deu no ano de 1921, quando ocorreram as primeiras prospecções para petróleo pelo Serviço Geológico e Mineralógico do Brasil. Porém, foi no ano de 1940 que houve a fundação de Águas de São Pedro, juntamente com a inauguração do Grande Hotel, muito importante para o desenvolvimento turístico local. Em 1948, Águas de São Pedro se tornou município autônomo, emancipando-se de São Pedro, e tendo recebido a designação de Estância Hidromineral, através da lei n.º 5.091, em 1977.

Como a idéia era a de criar uma cidade voltada ao descanso e à cura de diversos males, através dos benefícios das águas ali encontradas, durante o seu planejamento foi definida a proibição de indústrias no seu perímetro, bem como a ausência de zona rural. Assim, a localidade se voltou para a implantação de hotéis, restaurantes, lojas, ou seja, empreendimentos que atendessem às necessidades dos turistas. Vale destacar que Águas de São Pedro foi a primeira cidade planejada para o turismo em todo o Brasil.

Em 1999, Águas de São Pedro foi reconhecida pela ONU, através da metodologia do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), como a melhor cidade do Brasil em qualidade de vida. Isso se deve a alguns fatores, como a inexistência de analfabetismo, com todas as crianças frequentando a escola; média de ensino de oito anos; expectativa de vida que atinge 86 anos e renda *per capita* de quatro salários mínimos. Além disso, o município apresenta baixos índices de violência e indicadores expressivos com relação à limpeza. Borges (2004) destaca que em 1999 foi considerada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FINEP/USP, a primeira em qualidade e condição de vida do Estado de São Paulo, oferecendo responsabilidade social, segurança e cidadania e colocando-se em posição de destaque dentre os municípios paulistas.

Como a economia de Águas de São Pedro é totalmente baseada no turismo, há um número significativo de estabelecimentos comerciais, voltados, principalmente, para o atendimento ao turista, como restaurantes, lanchonetes, lojas, além de hotéis e pousadas, que empregam parte da população, porém, fazendo com que outra parte se desloque para municípios vizinhos como São Pedro e Piracicaba, em busca de emprego.

Em julho/agosto de 2004, durante a realização desta pesquisa, a estância contava com 22 meios de hospedagem, sendo 11 hotéis, um hotel de lazer, um *apart* hotel, quatro colônias de férias e cinco pousadas.

4 Metodologia da pesquisa

Partindo da necessidade de efetuar um estudo sobre a importância dos meios de hospedagem de pequeno porte, em relação ao turismo do município de Águas de São Pedro e, também, avaliar a qualidade dos serviços ali prestados, iniciou-se o estudo com pesquisa bibliográfica e documental.

Classificou-se a pesquisa como do tipo exploratória e descritiva, com base em Dencker (2000), uma vez que a pesquisa exploratória tem a intenção de aprimorar uma idéia ou descobrir intuições, baseadas, principalmente, em pesquisas bibliográficas e entrevistas, sendo normalmente apresentada como estudo de caso. Já a pesquisa descritiva utiliza técnicas de coleta de dados através de questionários e de observação sistemática, apresentando, dessa forma, uma descrição da situação no momento da pesquisa.

Primeiramente, foram selecionadas cinco pousadas e dois hotéis que se enquadram na categoria de meios de hospedagem de pequeno porte: Pousada Mineira Noronha, Pousada Nossa Sra. Aparecida, Pousada Picolla, Pousada Estrela da Manhã, Pousada Águas de São Pedro, Hotel Líder e Hotel Bandeirantes. Esses estabelecimentos apresentam número relativamente pequeno de UHs, que varia entre 12 e 55 leitos, chegando a um total de 242 leitos.

Dois modelos de questionário foram elaborados: um aplicado aos empresários e/ou gerentes dos meios de hospedagem selecionados e outro aplicado aos turistas, ambos na forma de entrevistas.

As entrevistas com os empresários aconteceram em julho de 2004, onde foi alcançado o objetivo de conversar com 100% dos proprietários.

A amostra selecionada para as entrevistas com os turistas correspondeu a 25% do total de leitos de cada estabelecimento, gerando, dessa forma, um total de 62 questionários.

A tabela 1 apresenta os meios de hospedagem pesquisados, com seus respectivos números de leitos e os questionários respondidos pelos hóspedes de cada empreendimento.

Tabela 1 - Quantidade de leitos e de questionários aplicados e respondidos, de acordo com o meio de hospedagem

Meios de Hospedagem	Número de Leitos	Número de Questionários Aplicados	Número de Questionários Respondidos
Pousada Mineira Noronha	40 leitos	10	08
Pousada Nossa Senhora Aparecida	50 leitos	13	13
Pousada Picolla	30 leitos	08	05
Pousada Estrela da Manhã	12 leitos	03	03
Pousada Águas de São Pedro	39 leitos	10	09
Hotel Líder	16 leitos	04	03
Hotel Villa	55 leitos	14	07
TOTAL	242 leitos	62	48

5 Análise e interpretação dos dados coletados

A análise dos dados tabulados mostrou que 100% dos estabelecimentos não servem refeições, adotando somente o regime de café da manhã.

Quanto à taxa de ocupação das pousadas, as respostas indicaram entre 80% e 100% para o período de alta temporada e de 40% a 70% durante a baixa temporada. O alto índice, mesmo fora de temporada, se deve à presença de estudantes que passaram a residir nos estabelecimentos.

Apesar de a Internet ser o meio mais utilizado para divulgação das pousadas, as reservas são, na grande maioria, realizadas por telefone/fax ou diretamente no estabelecimento, sendo o seu controle feito manualmente em 85% das pousadas e apenas 15% delas utilizam sistemas de computador.

Quanto à realização de compras, 43% dos empresários o fazem conforme a necessidade e somente 28,5% utilizam o controle de estoque.

Com relação ao controle de resultados, 57% das pousadas fazem balanço mensal e 43% não comparam dados, o que mostra a falta de técnicas administrativas nesses empreendimentos para análise de desempenho.

Sobre a qualificação profissional dos entrevistados, confirmou-se que um estabelecimento (14% da amostra) possui um profissional com curso técnico e outro (14% do total) com curso superior. O restante (72% dos estabelecimentos) conta com pessoal que possui somente experiência prática.

No que diz respeito à atualização profissional, apenas um dos empreendedores entrevistados afirmou frequentar algum tipo de curso afim. Em relação ao treinamento dos funcionários, a situação é ainda pior, sendo que 100% dos estabelecimentos não oferecem nenhum tipo de capacitação.

Quando questionados sobre a razão da escolha do estabelecimento pelo cliente, 86% dos empresários afirmaram ser em função da qualidade dos serviços, 57% em função do preço e 57% em função da localização.

Foi constatado que 86% das pousadas não possuem qualquer tipo de parceria com outras empresas e que somente uma delas (14%) realiza parcerias no município.

Segundo os empresários, o perfil dos hóspedes que frequentam as pousadas é muito variado, incluindo famílias, casais e estudantes. Quando questionados sobre a avaliação dos hóspedes em relação aos serviços oferecidos em seus estabelecimentos, todos indicaram que seus clientes estão satisfeitos (71%) ou totalmente satisfeitos (29%).

Dos 62 questionários destinados aos turistas, 48 foram respondidos, considerando-se número suficiente, por atingir 77,4% da amostra selecionada.

O questionário aplicado aos turistas esteve voltado, principalmente, à qualidade na prestação de serviços nas pousadas. Assim, procurou-se saber como os turistas avaliavam a qualidade nos serviços prestados no município, como um todo. A maioria dos turistas (60%) avaliou os serviços prestados no município como bom e 36% como excelente.

Ao direcionar a pesquisa ao meio de hospedagem em que estava hospedado, o turista foi questionado em relação às instalações, ao atendimento e ao café da manhã. No que diz respeito às instalações, cerca de 56% apontaram como boas e 27% como excelentes. Para 16%, as instalações eram regulares.

O atendimento nas pousadas é excelente para 77% e bom para 23% dos entrevistados. Nenhum turista avaliou o atendimento como regular ou ruim.

O café da manhã é avaliado como excelente para 52% dos turistas e bom para 41% deles. Apenas 6,25% deles indicaram como regular.

Quando perguntados sobre a razão da escolha por determinada pousada, 54% dos hóspedes indicaram o preço, 17,5% a localização, 13% a fidelidade e 10,8% a qualidade nos serviços. Somente 4,7% escolheram a pousada em função da divulgação.

O hóspede também foi questionado sobre o que poderia ser melhorado na pousada onde estava hospedado e 36% indicaram as instalações das pousadas, 25,5% a inclusão de refeições nesses estabelecimentos, 20% o atendimento, 8,5% a governança, 6% o conforto e 4% dos hóspedes indicaram o café da manhã.

6 Considerações finais

Durante a pesquisa realizada no município, observou-se que, mesmo em períodos de alta-temporada, alguns dos estabelecimentos hoteleiros de pequeno porte estudados não atingiam 100% de ocupação. Dessa forma, este estudo torna-se uma ferramenta útil para avaliar o nível de importância de tal segmento hoteleiro em Águas de São Pedro, assim como a qualidade dos serviços oferecidos aos turistas que o procuram.

Concluiu-se que as pousadas e pequenos hotéis do município podem não contribuir com expressivos benefícios à economia gerada pelo turismo local, em função de suas limitações

estruturais, pois totalizam 242 leitos, representando 12% da oferta total de leitos da estância. Porém, sua importância reside no fato de atender a uma demanda turística que não pode ou não deseja dispor de muitos recursos financeiros para as viagens.

Por se tratar de um público menos exigente, esses consumidores não se mostraram preocupados em relação à qualidade dos serviços, pois, através de suas respostas, os serviços prestados no município como um todo receberam boa avaliação. Também foi possível notar que, para a maioria deles, a sofisticação das instalações não é de grande importância, visto que foram classificadas como excelentes, boas ou regulares. Igual avaliação também foi notada em relação ao atendimento e ao café da manhã.

No entanto, quando questionados sobre melhorias que poderiam ocorrer nos estabelecimentos, a maioria dos hóspedes indicou, primeiramente, a manutenção e melhoria das instalações, mostrando certa contradição. Pode-se sugerir que o hóspede desses estabelecimentos preocupasse com o preço, mas ficaria mais satisfeito com instalações melhores, desde que o preço fosse mantido.

Ao se efetuar o cruzamento de dados obtidos pelos questionários tanto dos empresários como dos turistas, nota-se que a maioria dos empresários acredita que o principal fator de decisão do turista na escolha da pousada é a qualidade dos serviços, o que não foi verificado nas respostas dos hóspedes, que apontaram o preço como principal fator de decisão.

Com este estudo também foi possível concluir que há um alto índice de informalidade nos estabelecimentos estudados, sem coleta e sistematização de informações, principalmente referentes a taxa de ocupação, resultados, controles de estoques etc., sendo que prevalece a administração familiar nesses empreendimentos, com uma média entre dois a três funcionários.

Diante dos fatos apontados, entre os quais a falta de capacitação profissional, pode-se sugerir que seja criada uma associação visando maior entrosamento entre os empresários do município. Além disso, poderiam ser realizados cursos de capacitação e treinamento, voltados, principalmente, aos empresários dos meios de hospedagem de pequeno porte, com a finalidade de melhorar e profissionalizar o atendimento. Os serviços prestados nesses estabelecimentos poderiam, inclusive, contar com apoio da Secretaria de Turismo de Águas de São Pedro. Dessa forma, haveria melhoria nas condições de trabalho, com resultados positivos para o *trade* turístico e, conseqüentemente, para o município.

7 Referências

ÁGUAS DE SÃO PEDRO. Secretaria de Turismo, 2003.

BARROS, B. T. de; PRATES, M.A. S. **O estilo brasileiro de administrar**. São Paulo: Atlas, 1996.

BORGES, M. P. **Determinantes da competitividade no mercado turístico: estudo da vantagem comparativa em Águas de São Pedro – SP**. 2004. 137f. Dissertação (mestrado em Ciências da Comunicação) – USP/SP. 2004.

CAMARGO, H. L. Fundamentos multidisciplinares do turismo: história. In: TRIGO, L.G.G. (Org). **Turismo como aprender, como ensinar**. v.1, 2.ed. São Paulo: Editora Senac, 2001. p. 33-85.

CASTELLI, G. **Excelência em hotelaria: uma abordagem prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1998.

CHIAVENATO, I. **Administração**. Teoria, Processo e Prática. 3.ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

COIMBRA, R. **Assassinatos na hotelaria** ou como perder seu hóspede em 8 capítulos. Salvador: Casa da Qualidade, 1998.

COOPER, C. et al. **Turismo, princípios e prática**. Tradução Roberto C. Costa. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DENCKER, A.F.M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 3.ed. São Paulo: Futura, 2000.

DORNELAS, J.C. A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DUARTE, V. V. **Administração de sistemas hoteleiros**: conceitos básicos. São Paulo: Editora Senac, 1996.

GOELDNER, C.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, R. **Turismo**. Princípios, Práticas e Filosofias. Tradução Roberto C. Costa. 8.ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GUIA Quatro Rodas. São Paulo: Editora Abril, 2003.

MEDLIK, S.; INGRAM, H. **Introdução à Hotelaria**: gerenciamento e serviços. Tradução Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

VAN DER WAGEN, L.; DAVIES, C. **Supervisão e liderança em turismo e hotelaria**. Tradução Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2001.

YÁZIGI, E. **A pequena hotelaria e o entorno municipal**: guia de montagem e administração. 2.ed., São Paulo: Contexto, 2000.

Sites consultados

www.nippobrasil.com.br/3.turismo.br/166.shtml, acesso em 13/10/04

www.aguasdesaopedro.sp.gov.br, acesso em 13/10/04

www.ciencia.sp.gov.br, acesso em 18/08/04

www.bedandbreakfast.com.br, acesso em 10/11/04

www.sebraesp.com.br, acesso em 10/10/04