

Estudo de viabilidade da proposta de serviço hoteleiro na cidade de Barbacena

Ana Carolina Rezende de Carvalho¹, Lívia Márcia Silva¹

¹Departamento de Ciência da Computação – Universidade Presidente Antônio Carlos (UNIPAC)

Campus Magnus – Barbacena – MG – Brasil

anacarolina110@yahoo.com.br, livimarcia@yahoo.com.br

Resumo: *Os hotéis atualmente estão vivenciando um período de intensa competição e dinamismo. As constantes mudanças exigem que as empresas hoteleiras estejam aptas a enfrentar os crescentes desafios, como a mudança nas características e necessidades dos hóspedes, necessitando assim desenvolver um diferencial para sobreviver e competir no mercado.*

Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo analisar a viabilidade da proposta de um serviço para hotéis na cidade de Barbacena. Tal proposta visa disponibilizar um computador no quarto do hotel. Além disso, haverá um sistema disponível para que o hóspede possa fazer pedidos e solicitar serviços, além de poder consultar um guia da cidade em que está hospedado. Para tal, antes da aplicação do questionário, foi feita a modelagem desse serviço proposto e apresentado a cinco hotéis escolhidos.

Palavras-chave: cliente, serviço, hotel.

1. Introdução

A hotelaria no Brasil, conforme Wanderley (2004), teve início no período colonial quando os viajantes hospedavam-se nas fazendas, conventos, casarões das cidades e em ranchos à beira das estradas. Era comum as famílias receberem hóspedes em suas casas, tanto que, nessa época, havia quarto de hóspedes em muitas casas.

Segundo Wanderley (2004), a hotelaria, no início da década de 70, com a vinda das cadeias internacionais passou a ser desenvolvida com bases mais profissionais, buscando atender as necessidades dos seus clientes potenciais. Nessa década que foram construídos os primeiros grandes hotéis no país, sobretudo nas cidades onde havia um misto de negócios e turismo como Rio de Janeiro e Salvador.

A seção 2 especifica o desejo do hóspede e traz uma definição de hotel. A seção 3 traz a proposta do serviço de hotelaria para a cidade de Barbacena. A modelagem desse serviço está na seção 4.

Foi realizada uma pesquisa de campo para verificar a aceitação do sistema proposto. A análise dos resultados dessa pesquisa está na seção 5. As considerações finais estão na seção 6 e, por fim, a bibliografia na seção 7.

2. Serviço hoteleiro

O meio de hospedagem mais convencional e comumente encontrado em centros urbanos é o hotel. O hotel, segundo Viera (2003) é o local onde os hóspedes encontram hospedagem e alimentação em troca de pagamento por esses serviços.

Conforme Viera (2003), o hotel está associado a um grupo de pessoas que exerce diferentes funções para atingir um objetivo comum, por isso o hotel é considerado uma organização. Esse objetivo visa dar ao hóspede o melhor serviço, o melhor atendimento, o melhor preço, a melhor satisfação.

2.1 O que o hóspede deseja

Segundo Viera (2003), o hóspede, ao escolher um hotel, procura acima de tudo conforto, tranquilidade e bem-estar. A gastronomia também poderá ser um fator importante na escolha do hotel e até mesmo da cidade. Além disso, o hóspede, mesmo que não esteja hospedado a passeio, deseja obter informações e conhecimentos novos sobre pontos turísticos e características da cidade em que está hospedado. Assim, é possível entender que o hóspede deve sentir-se no hotel como em sua própria casa.

Em uma pesquisa realizada na cidade de São Paulo, no período de 20/10/2003 a 16/01/2004, conforme Wanderley (2004), percebeu-se que apesar dos equipamentos/serviços oferecidos pelo hotel ocuparem apenas a terceira posição em ordem de importância na escolha do hotel, a infra-estrutura para desenvolvimento do trabalho no hotel foi, de acordo com as respostas obtidas, considerado um fator de muita importância dentro do pacote de equipamentos/serviços oferecidos pelo hotel.

Nessa mesma pesquisa, foi questionado ao hóspede qual o maior problema que se refere à hospedagem. Dentre os problemas citados vale a pena destacar as dificuldades no *check-out*¹ e a ausência de conexão rápida à Internet (banda larga) nos quartos do hotel.

Segundo Santiago (2007), a empresa deve pensar como o cliente, deve compreender as suas vontades, deve saber quando, onde e a que preço o cliente deseja obter determinado serviço ou produto.

Se o hotel conhecer bem os seus clientes, irá perceber que nos dias de hoje as necessidades desses clientes mudaram, podendo assim oferecer produtos e serviços diferenciados.

3. Serviço proposto

Visando atender as necessidades dos clientes atuais, o serviço propõe que o hóspede sinta-se no hotel como em sua própria casa.

Dessa forma, visa a instalação de um computador com acesso à Internet no quarto do hotel, para que o cliente possa continuar seu trabalho, possa acompanhar as notícias do mundo e possa usufruir de todo o conforto oferecido pelo computador disponível e pela Internet.

Será criado um sistema para que o hóspede possa fazer pedidos no restaurante e solicitar serviços, tudo utilizando o computador que estará à sua disposição no quarto.

1- *Check-out* é, em inglês, o ato de dar baixa, fechar a conta, principalmente quando falamos de hospedagem em hotéis.

Ao fazer um pedido no restaurante do hotel, o hóspede poderá agendar o horário que deseja receber esse pedido, além de poder fazer observações com relação ao pedido, como: “sanduíche sem cebola e sem alface”.

Os serviços oferecidos pelo sistema serão: pedir um táxi, pedir um guia turístico ou solicitar o *check-out*. Esses serviços também poderão ter hora marcada, ou seja, o cliente poderá pedir um táxi não para àquela hora, mas sim agendar o táxi para uma hora mais tarde, por exemplo.

Além de toda a comodidade oferecida ao hóspede, o sistema irá disponibilizar um guia da cidade, onde será possível ao hóspede conhecer os principais pontos turísticos da cidade em que está hospedado, além de poder conhecer a história daquela cidade.

4. Modelagem

A Linguagem Unificada de Modelagem (UML), segundo Booch (2005), é uma linguagem gráfica para construção, especificação, documentação e visualização de artefatos de sistemas complexos de software.

Para um melhor entendimento do funcionamento do serviço proposto foram construídos os diagramas de casos de uso, seqüência e de classes, com as principais funções do sistema, de acordo com Fowler (2000).

O diagrama de casos de uso, conforme Garcia (2007), procura possibilitar a compreensão do comportamento externo do sistema por qualquer pessoa, através da perspectiva do usuário e por meio de uma linguagem simples.

Conforme apresentado na Figura 1, é possível verificar as funções e serviços que o sistema irá oferecer aos usuários, sem se preocupar como. A partir desse diagrama é possível verificar que o hóspede poderá solicitar um quarto, acessar o guia da cidade, fazer um pedido no restaurante ou solicitar um serviço, que poderá ser pedir um táxi, um guia turístico ou solicitar o *check-out*.

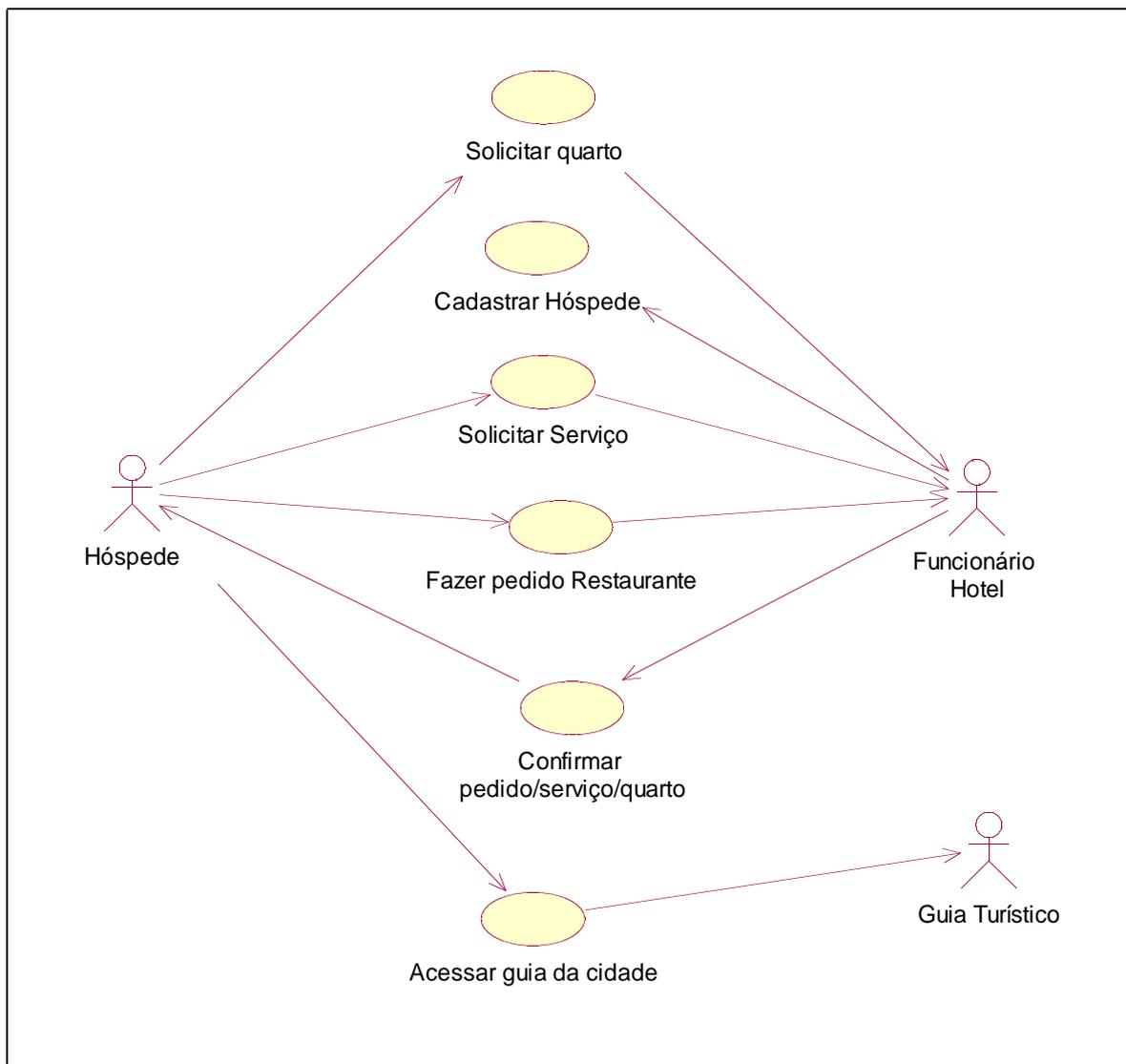
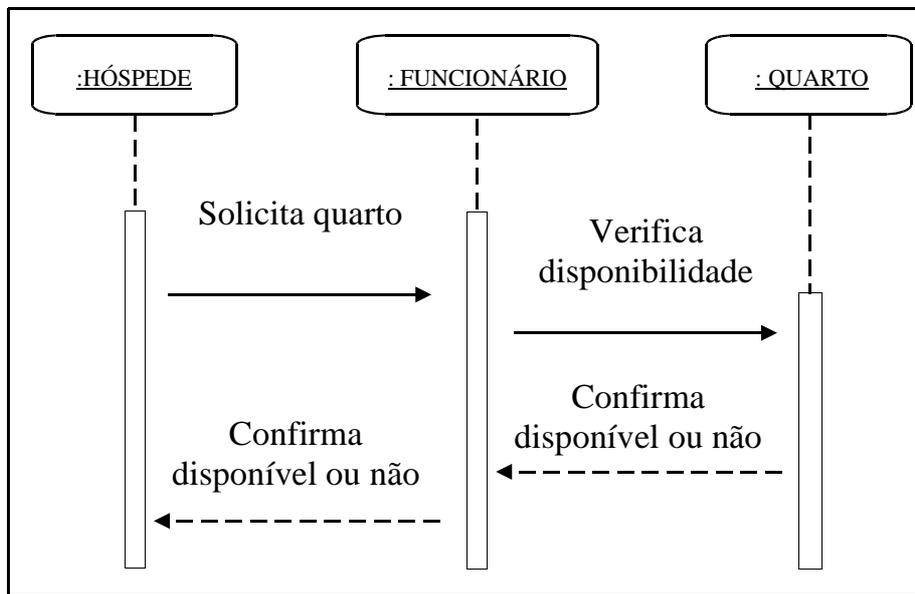


Figura 1 – Diagrama de Casos de Uso

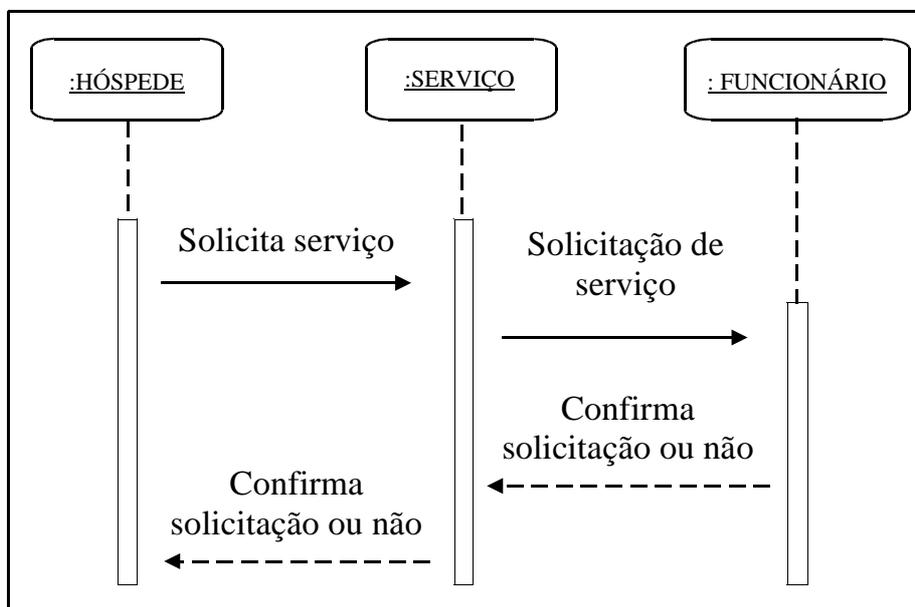
O diagrama de seqüência, de acordo com Sapateiro (2007), mostra a iteração entre objetos e as mensagens trocadas entre eles. É importante lembrar que essa iteração é representada ao longo do tempo, ou seja, é importante observar a ordem em que as mensagens são trocadas pelos objetos do sistema.

As Figuras 2(a), 2(b) e 2(c) representam os diagramas de seqüência das principais funções do sistema proposto. Nela podemos observar os objetos: hóspede, funcionário, quarto, serviço e pedido, e as mensagens trocadas entre eles durante o funcionamento do sistema.

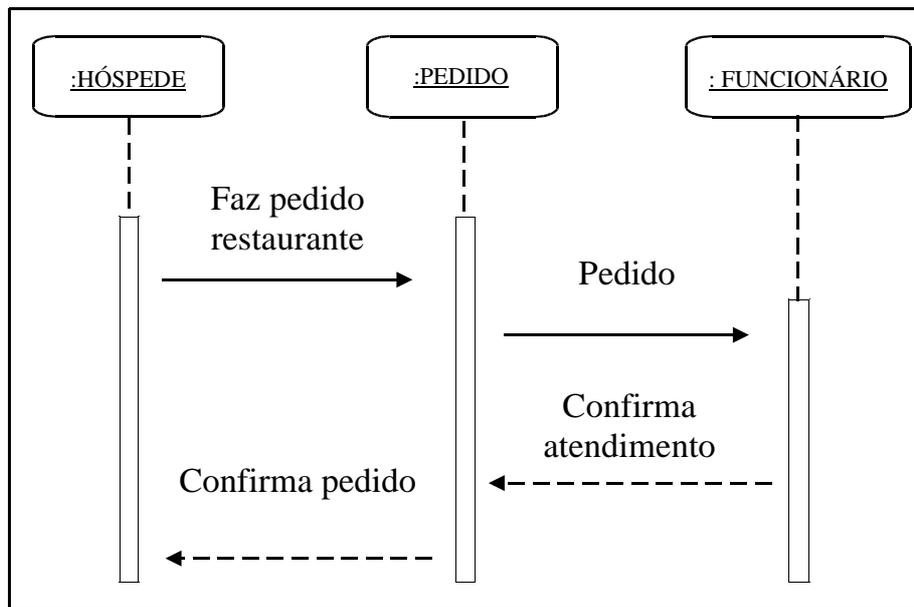
Por exemplo, quando um hóspede solicita um quarto, o funcionário verifica através do sistema se o quarto está disponível, confirmando ao hóspede se o quarto desejado está disponível ou não.



(a)



(b)



(c)

Figura 2 (a) (b) (c) – Diagramas de Seqüência

O diagrama de classes, conforme Deboni (2007), descreve as classes que formam a estrutura do sistema e suas relações. As classes, além de um nome, possuem atributos e operações que desempenham para o sistema.

Na Figura 3 é possível visualizar o diagrama de classes do sistema proposto.

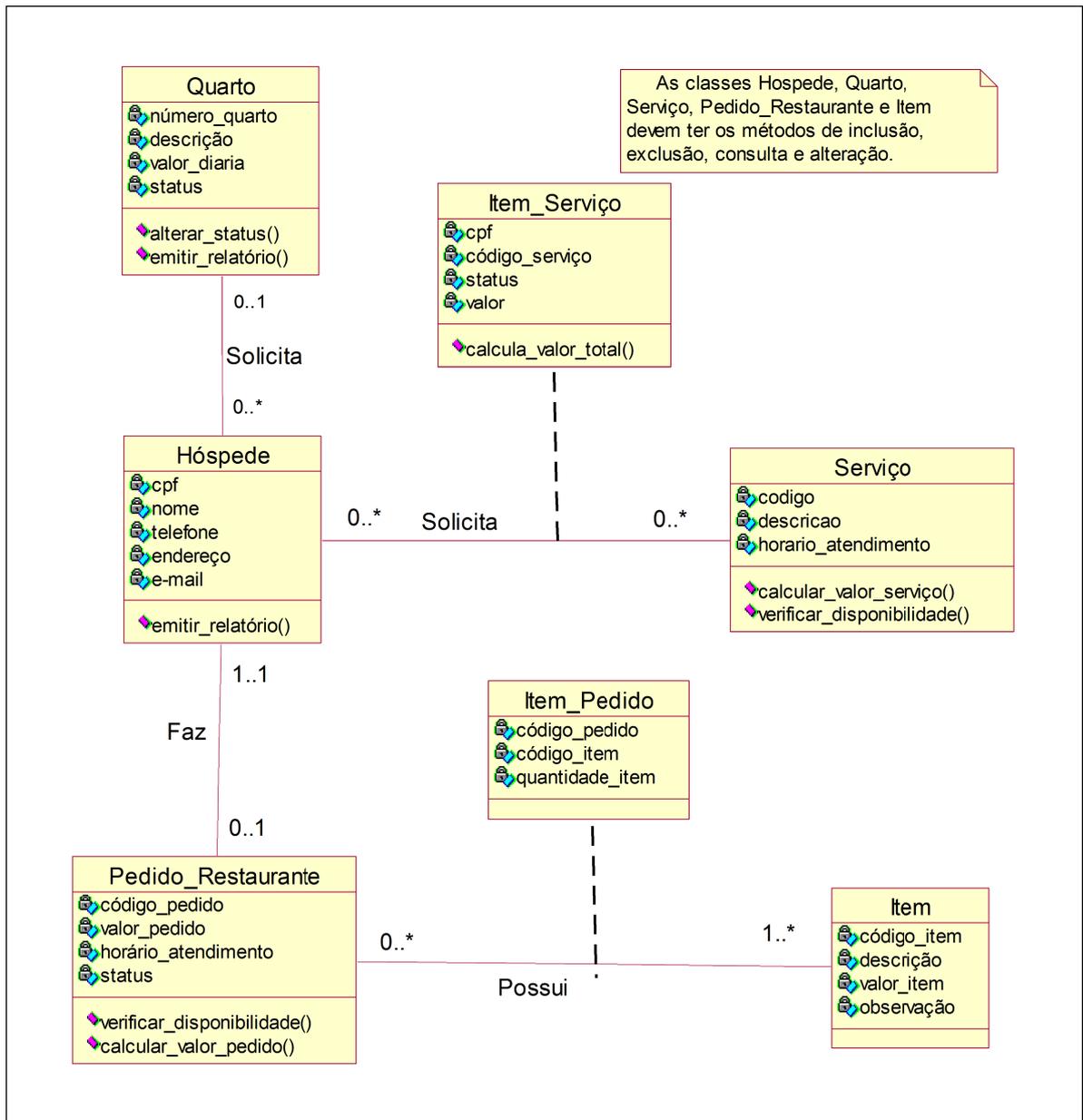


Figura 3 – Diagrama de Classes

O diagrama de entidade relacionamento (DER) é utilizado, segundo Rissoli (2007), para representar graficamente a estrutura lógica geral de um banco de dados.

O DER é feito com base no diagrama de classes, apresentado na Figura 3.

Como o hóspede pode solicitar mais de um serviço, a tabela item_serviço foi criada para poder armazenar o cpf do cliente juntamente com os códigos dos serviços solicitados. Da mesma forma, a tabela item_pedido foi criada, para poder armazenar o código do pedido do hóspede juntamente com todos os itens do pedido.

O método emitir_relatório será utilizado com a finalidade de se obter relatórios referentes aos quartos e/ou hóspedes.

5. Estudo de Caso

Foi realizada uma pesquisa de campo na cidade de Barbacena, no período de setembro/2007 a outubro/2007, onde foram entrevistados clientes e funcionários dos seguintes hotéis, apresentados em ordem alfabética: Hotel Aliança, Carandá, Lucape, Máster Plaza e Miranelli. Na fase de análise dos dados, esses hotéis foram numerados de 1 a 5. Vale ressaltar que os referidos hotéis foram numerados aleatoriamente, visando manter a privacidade dos estabelecimentos.

O uso do questionário faz-se necessário com o intuito de coletar a opinião dos hóspedes e funcionários de forma anônima. Além disso, segundo Encarnação (2006), dá-se pelo fato de ser de baixo custo, além de manter o anonimato dos respondentes, deixando-os mais à vontade para emitir sua opinião.

Para este intuito foram gerados/estabelecidos dois questionários, os quais foram aplicados aos hóspedes e funcionários dos hotéis citados anteriormente. As questões relativas ao custo para a implantação do sistema se referem aos valores atribuídos às despesas de compra de computadores, manutenção e disponibilização da rede de Internet, implementação e implantação do sistema e treinamento de funcionários.

Os valores para a implantação do sistema não foram calculados devido ao fato de variarem com o passar do tempo e com as condições de cada estabelecimento.

Os resultados serão apresentados em forma de gráficos e serão posteriormente analisados. Os gráficos correspondentes às respostas obtidas em cada hotel estão disponíveis em mídia digital.

5.1. Questões aplicadas aos funcionários

A primeira questão avaliou a percepção dos funcionários dos hotéis com relação ao sistema proposto, procurando entender se o sistema seria um diferencial para o hotel, devido às necessidades de seus clientes.

Das respostas obtidas nos hotéis 1 e 3, 33% dos respondentes acham que o sistema vai ser um diferencial para o hotel, pois a maioria dos clientes utiliza *lan-houses*, e 67% porque os clientes procuram conforto quando estão fora de suas casas.

No hotel 2, 100% dos respondentes disseram que a maioria dos clientes utiliza *lan-houses* durante a estadia, enquanto no hotel 5, os 100% disseram que os clientes procuram conforto quando estão fora de suas casas.

No hotel 4, 50% dos respondentes disseram que a maioria dos clientes utiliza *lan-houses* durante a estadia, e os outros 50% que os clientes procuram conforto quando estão fora de suas casas.

Em todos os hotéis pesquisados, não houve nenhum funcionário que respondeu que a maioria dos clientes não procura por esse tipo de serviço.

A Figura 4 apresenta a análise totalitária dos dados coletados considerando a questão 1 aplicada aos funcionários.

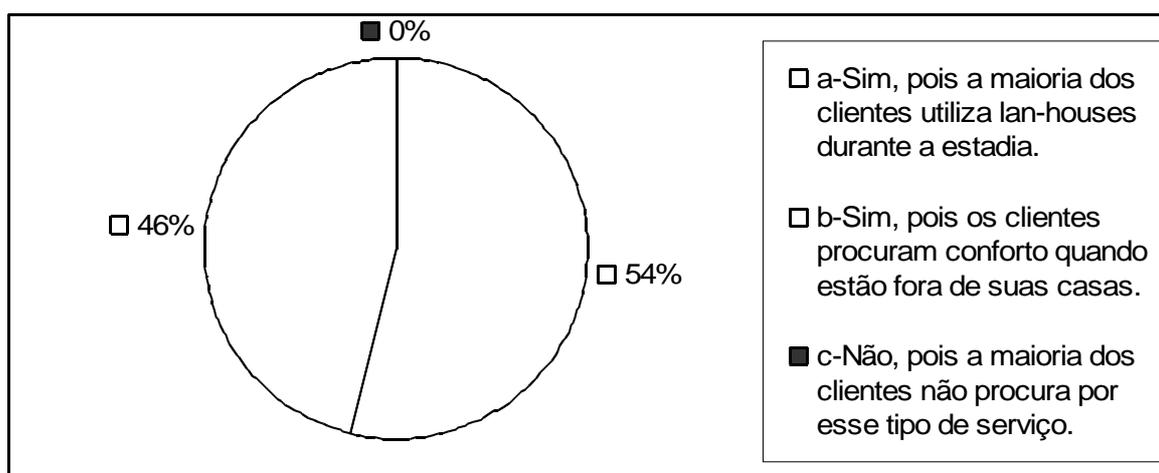


Figura 4 – Questão 1 aplicada aos funcionários – Você acha que o sistema proposto vai ser um diferencial para seu hotel?

Foi possível perceber que mais de 50% dos respondentes informaram que a maioria dos clientes utiliza lan-houses durante a estadia, ou seja, é possível perceber que os hóspedes sentem a necessidade de ter um computador disponível enquanto hospedados, seja a trabalho ou a passeio.

Dos funcionários respondentes, 46% acham que o sistema proposto vai ser um diferencial para seu hotel, pois os clientes procuram conforto quando estão fora de suas casas.

É possível perceber que os funcionários têm consciência de que seus clientes procuram conforto quando estão fora de suas casas, além de necessitarem de um computador quando hospedados. Isso porque não houve nenhum funcionário que respondesse que a maioria dos clientes não procura por esse tipo de serviço.

A segunda questão que foi respondida pelos funcionários tinha o objetivo de verificar se eles estariam dispostos a experimentar o serviço proposto no hotel, com o foco voltado para o conforto de seus hóspedes.

No hotel 1, 100% dos funcionários acharam o sistema proposto uma excelente idéia, visando um maior conforto de seus clientes. Enquanto nos hotéis 4 e 5, todos os funcionários entrevistados (100%), responderam não estarem dispostos a experimentar o sistema proposto, devido ao alto custo para a implantação do mesmo.

No hotel 2, 75% dos respondentes estariam dispostos a experimentar o serviço proposto, por ser uma excelente idéia e para que os clientes tenham maior conforto. Já os outros 25% não estão dispostos a experimentar o serviço, devido ao custo para a implantação.

Dos respondentes do hotel 3, 67% não estão dispostos a experimentar o sistema devido ao custo para a implantação, enquanto que 33% estão dispostos a experimentar pensando no conforto do cliente e por parecer uma excelente idéia.

Em todos os hotéis pesquisados não houve nenhum funcionário que não está disposto a experimentar o sistema proposto devido ao fato de que os hóspedes já estão satisfeitos com os serviços oferecidos pelo hotel.

A Figura 5 apresenta a análise totalitária dos dados coletados considerando a questão 2 aplicada aos funcionários.

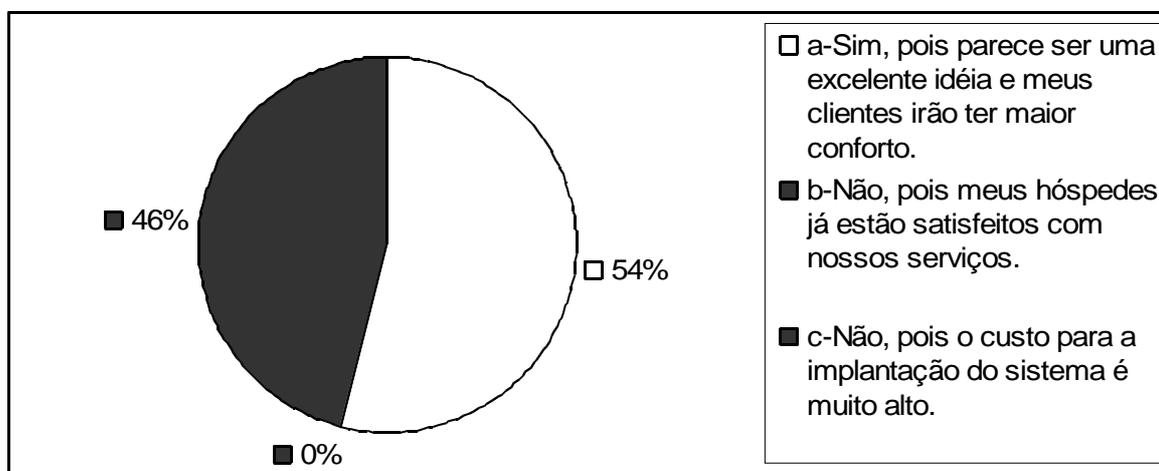


Figura 5 – Questão 2 aplicada aos funcionários – Utilizando esse tipo de serviço, seus clientes terão maior comodidade e privacidade, pois poderão fazer solicitações e consultar informações a respeito da cidade em que estão hospedados sem ter que sair do quarto. Tendo em vista uma maior satisfação de seus clientes, você estaria disposto a experimentar esse tipo de serviço em seu estabelecimento?

Com essa questão foi possível perceber que, para a maioria dos funcionários entrevistados, 54%, o sistema parece ser uma excelente idéia e irá trazer maior conforto aos clientes. Porém, 46% dos entrevistados não estariam dispostos a experimentar esse sistema proposto, devido ao custo para a implantação.

Nenhum funcionário respondeu que os hóspedes já estão satisfeitos com os serviços oferecidos pelo hotel, ou seja, os funcionários percebem a necessidade dos seus hóspedes com relação ao sistema proposto.

5.2. Questões aplicadas aos hóspedes

A primeira questão aplicada aos hóspedes tinha o objetivo de perceber o interesse e até mesmo a necessidade de escolher um hotel que tivesse esse sistema implantado.

No hotel 1, 67% dos respondentes escolheriam o hotel que tivesse esse sistema proposto implantado, pois procuram conforto quando vão escolher o hotel em que ficarão hospedados. Os outros 33% também escolheriam o hotel com esse sistema implantado, mas porque ao sair de casa procuram continuar o trabalho e porque gostam de acompanhar as notícias do mundo pela Internet.

No hotel 2, 25% escolheriam o hotel com esse sistema implantado por procurarem conforto ao escolher o hotel, enquanto que os outros 75% escolheriam esse hotel por gostar de acompanhar as notícias do mundo pela Internet e para continuar o trabalhando durante o tempo em que estiver hospedado.

Já nos hotéis 3 e 4, 50 % dos respondentes escolheriam o hotel com o sistema implantado por procurarem conforto. Os outros 50% disseram não escolher esse hotel, por preferirem descansar e trabalhar o menos possível quando estão fora de casa.

Todos os respondentes do hotel 5, 100%, procuram conforto quando vão escolher o hotel para se hospedarem, por isso escolheriam o hotel com esse sistema implantado.

Em todos os hotéis pesquisados não houve nenhum hóspede que respondesse que não escolheria o hotel que tivesse esse sistema implantado por não saber utilizar o computador.

A Figura 6 apresenta a análise totalitária dos dados coletados considerando a questão 1 aplicada aos hóspedes.

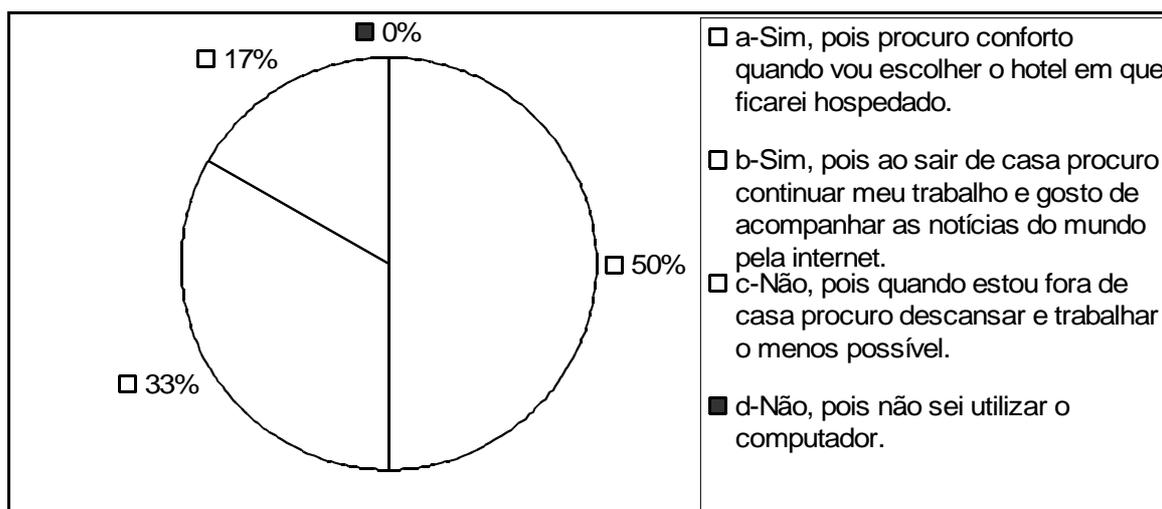


Figura 6 – Questão 1 aplicada aos hóspedes – Você como cliente escolheria o hotel que tivesse esse sistema implantado?

Metade dos respondentes, 50%, procura conforto quando vão escolher o hotel em que ficarão hospedados, enquanto que 33% também escolheriam o hotel que tivesse esse sistema implantado, pois ao saírem de casa procuram continuar o trabalho e por gostarem de acompanhar as notícias do mundo pela Internet.

Das respostas obtidas com essa questão, 17% dos respondentes não escolheriam o hotel que tivesse esse sistema implantado por procurarem descansar e trabalhar o menos possível quando estão fora de suas casas.

Não houve nenhum hóspede que não escolheria o hotel com esse sistema por não saber utilizar o computador.

A segunda questão aplicada aos hóspedes procurava saber se eles estariam dispostos a pagar certa quantia a mais para desfrutar desse serviço proposto.

Nos hotéis 2, 3 e 5, 100% dos respondentes pagariam certa quantia a mais em sua estadia para desfrutar desse serviço, por gostarem de conhecer bem as cidades por onde passam.

No hotel 4, 50% dos respondentes aceitariam pagar certa quantia a mais para desfrutar desse serviço por gostarem de conhecer bem as cidades por onde passam, enquanto 50% responderam que não pagariam por não terem dinheiro.

No hotel 1, 33% responderam que não aceitariam pagar certa quantia a mais para desfrutar desse serviço por não terem dinheiro, enquanto 67% aceitariam, por gostarem de conhecer bem as cidades por onde passam.

A Figura 7 apresenta a análise totalitária dos dados coletados considerando a questão 2 aplicada aos hóspedes.

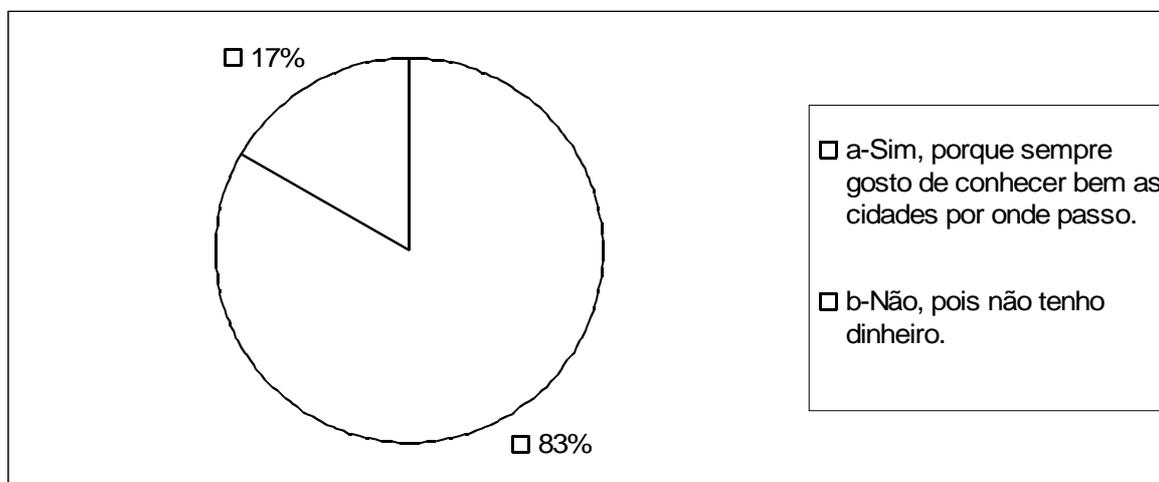


Figura 7 – Questão 2 aplicada aos hóspedes – Você pagaria certa quantia a mais em sua estadia para desfrutar desse serviço?

Das respostas obtidas, 83% dos hóspedes pagariam certa quantia a mais em sua estadia para desfrutar do serviço proposto, por gostarem de conhecer bem as cidades por onde passam, enquanto que apenas 17% responderam que não pagariam por não terem dinheiro.

6. Considerações finais

Após a análise dos resultados obtidos com a aplicação dos questionários, foi possível perceber que na cidade de Barbacena os clientes sentem a necessidade de terem um computador disponível no hotel durante sua estadia.

Conforme foi possível observar com a análise dos questionários, os funcionários acreditam que o sistema proposto vai ser um diferencial para o hotel, pois a maioria dos seus clientes utiliza *lan-houses*, além de procurarem conforto quando estão fora de suas casas.

Apesar do custo para a implantação do sistema, mais da metade dos funcionários dos hotéis que responderam ao questionário estariam dispostos a experimentar o sistema proposto, visando oferecer maior conforto e serviços diferenciados aos seus clientes.

Foi possível perceber também que nenhum funcionário afirmou que seus hóspedes estão satisfeitos com os serviços oferecidos pelo hotel. E nem que os clientes procuram por esse tipo de serviço.

Quase todos os clientes respondentes escolheriam o hotel que tivesse esse sistema implantado, por procurarem conforto ou para continuar o trabalho, além de gostarem de acompanhar as notícias pela Internet.

Não houve nenhum cliente que respondesse que não escolheria o hotel com esse sistema implantado por não saber utilizar o computador, enquanto que pouco mais de 15% não escolheria esse hotel por preferir descansar e trabalhar o menos possível quando está fora de casa.

Mais de 80% dos hóspedes entrevistados disseram estar dispostos a pagar certa quantia a mais para utilizar o sistema proposto, enquanto que 17% alegaram não ter dinheiro para usufruir do sistema.

Dessa forma é possível perceber que os clientes de Barbacena estão dispostos a pagar certa quantia a mais e sentem a necessidade de um sistema como esse, talvez não pensando apenas no computador que estará disponível, mas sim em todos os serviços propostos que trarão conforto e conhecimento aos hóspedes, com relação à cidade em que se hospedarem.

7. Bibliografia

- BOOCH, Grady; RUMBAUGH, James; JACOBSON, Ivar. UML guia do usuário. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DEBONI, José Eduardo Zindel. Breve introdução aos diagramas da UML. Disponível em <http://www.voxxel.com.br/pages/introdiauml.html> acesso em 15 set 2007.
- ENCARNAÇÃO, Marcos. Análise de clima organizacional e satisfação do cliente: Um estudo em uma rede hoteleira. Disponível em http://dominiopublico.mec.gov.br/pesquisa/DetalheObraDownload.do?select_action=&coobra=36914&co_midia=2 acesso em 25 set 2007.
- FOWLER, Martin; SCOTT, Kendall. UML essencial: um breve guia para a linguagem-padrão de modelagem de objetos. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- GARCIA, Luís Fernando. Casos de Uso. Unified Modeling Language – UML. Disponível em www.garcia.pro.br/07-02-FDB-Analise/UML%20-%20Aula%203%20-%20UML%20-%20Casos%20de%20Uso.ppt acesso em 15 set 2007.
- RISSOLI, Vандor Roberto Vilardi. Fundamentos de Banco de Dados. Disponível em www.ucb.br/prg/professores/vandor/aula_3_fund_bd.pps acesso em 18 set 2007.
- SANTIAGO, Cristina Maria Longo; MACEIRA, Thiago Costa. Marketing de hospitalidade aplicado ao setor hoteleiro. Disponível em http://www.ead.fea.usp.br/semead/4semead/1SemeadJr/artigos/Santiago_e_Maceira.html acesso em 07 maio 2007.
- SAPATEIRO, Cláudio. Análise de sistemas de informação. Disponível em http://ltdi.est.ips.pt/csapateiro/ASI/Recursos%2004_05/ASI%20-%20UML5%20-%20Sequ%EAncia.pdf acesso em 15 set 2007.
- VIERA, Elenara Viera de. Marketing Hoteleiro uma ferramenta indispensável. Caxias do Sul: Educus, 2003.
- WANDERLEY, Henrique. A percepção dos hóspedes quanto aos atributos oferecidos pelos hotéis voltados ao turismo de negócios na cidade de São Paulo. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3146/tde-15102004-134118/> acesso em 10 set 2007.