

CARLY RÚBIA FRANCO BACH

HOTELARIA E GASTRONOMIA EM PONTA GROSSA

PONTA GROSSA  
2001

**CARLY RÚBIA FRANCO BACH**

**HOTELARIA E GASTRONOMIA EM PONTA GROSSA**

Trabalho apresentado como requisito para conclusão do curso Bacharelado em Turismo, Departamento de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Professora Orientadora: Estanislava Viglus

**PONTA GROSSA  
2001**

## AGRADECIMENTOS

À Deus, que na sua grandeza torna tudo concreto;

À professora Estanislava Viglus, pela orientação;

À minha mãe Moberly V. Franco Bach, pelo incentivo aos  
meus estudos;

Ao meu namorado Osmar M. Levandoski, por sua compreensão  
nos momentos difíceis;

À todos os proprietários de hotéis e restaurantes, em  
especial à equipe do Hotel Planalto, que possibilitaram a  
realização deste trabalho.

## SUMÁRIO

RESUMO.....	iv
INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1.1 A CIDADE DE PONTA GROSSA – CONTEXTUALIZAÇÃO GEOGRÁFICA E INDUSTRIAL.....	3
1.2 DEFINIÇÕES DE TURISMO E TURISMO DE NEGÓCIOS.....	4
1.3 CONTEXTUALIZAÇÃO DE HOTÉIS.....	5
1.4 CONTEXTUALIZAÇÃO DE RESTAURANTE.....	7
CAPÍTULO II.....	9
2.1 A QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS.....	9
2.2 RESULTADOS OBTIDOS.....	11
2.2.1 Em hotéis.....	11
2.2.2 Em restaurantes.....	17
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	19
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	20
ANEXOS.....	22

## RESUMO

A temática deste trabalho visa realizar um estudo da qualidade na infra-estrutura e nos serviços prestados por hotéis e restaurantes da cidade de Ponta Grossa. Esses hotéis e restaurantes escolhidos estão classificados no Guia 4 Rodas Brasil 2001. Primeiramente é feita a contextualização da cidade de Ponta Grossa e também dos hotéis e restaurantes. A seguir, é enfocada a qualidade e suas definições. E por fim, o resultado do estudo desta qualidade. Este resultado foi obtido através de questionários elaborados e aplicados primeiramente com os hóspedes do Hotel Planalto Palace e, posteriormente, com os gerentes dos demais hotéis. Os questionários dos restaurantes foram aplicados diretamente com seus proprietários.

**Palavras chaves:** hotel, qualidade, serviços, restaurante.

## INTRODUÇÃO

O turismo de negócios no município de Ponta Grossa é uma atividade marcante, levando-se em consideração a quantidade de indústrias e empresas mantidas na cidade.

Considerando que as pessoas que o praticam precisam descansar e se alimentar, surge a necessidade de inventariar quais são os hotéis e restaurantes da cidade de Ponta Grossa, em quais essas pessoas poderiam se hospedar e fazer suas refeições. Pretende-se estudar os classificados no Guia 4 Rodas Brasil 2001. O Guia 4 Rodas foi indicado através da necessidade de haver um referencial na escolha dos hotéis e restaurantes. Segundo a Central de Atendimento do guia, o mesmo classifica hotéis e restaurantes basicamente pelo conforto e qualidade na comida. O repórter indicado se hospeda e se alimenta, levando as informações segundo sua opinião para que o guia seja editado.

Além de inventariar os hotéis, o objetivo central é de poder analisar como são os seus serviços prestados, sua infra-estrutura e como é adequado em seus serviços o fator qualidade. "Na realidade, a qualidade em turismo corresponde à prestação de um serviço de acordo com as expectativas dos clientes".(SEBRAE, p. 39)

A metodologia deste trabalho se baseia em três questionários. O primeiro foi elaborado e aplicado aos hóspedes do Hotel Planalto Palace durante a realização do estágio curricular obrigatório. Com base nas respostas do primeiro (o que os hóspedes criticaram, ou não) foi elaborado o segundo questionário e aplicado com os gerentes dos outros hotéis. O terceiro questionário foi elaborado através de bibliografia especializada em qualidade de restaurantes e aplicado aos proprietário dos estabelecimentos. O fato de alguns hotéis e restaurantes não se colocarem dispostos à realização da pesquisa impediu que o presente trabalho fosse finalizado como planejado anteriormente.

No 1º capítulo busca-se contextualizar os hotéis e restaurantes, descrevendo-os como são administrados e qual o tipo de refeição servida, e o município de Ponta Grossa, geográfica e industrialmente. Também enfoca-se as definições de turismo e turismo de negócios.

No 2º capítulo, é definida a qualidade e quais as maneiras de atingi-la. E por fim, os resultados obtidos através dos questionários aplicados.

O objetivo principal deste trabalho é contribuir para que turistas de negócios possam ter uma base do local onde se hospedar e alimentar de acordo com suas preferências, e que hotéis e restaurantes saibam o que os seus clientes buscam em suas empresas.

A qualidade deve estar em tudo, e buscá-la é principal dever de empresários neste ramo.

## CAPÍTULO I

### 1.1 A CIDADE DE PONTA GROSSA – CONTEXTUALIZAÇÃO GEOGRÁFICA E INDUSTRIAL

Ponta Grossa, cidade situada no segundo planalto paranaense, chamado Planalto de Ponta Grossa. Sua altitude média é de 975 m e possui clima subtropical úmido mesotérmico com verões brandos e invernos com geadas freqüentes. Conta com um perímetro urbano de 917,2 Km<sup>2</sup> com 272.946 habitantes e um perímetro rural de 1195,4 Km<sup>2</sup> com 13.701 habitantes, totalizando uma população de aproximadamente 290 mil habitantes.

Seus limites são: ao norte a cidade de Castro, ao sul Palmeira e Teixeira Soares, a leste Campo Largo e a oeste Tibagi e Ipiranga.

A principal rodovia do Estado do Paraná, BR 276, conhecida como Rodovia do Café passa por Ponta Grossa e é um elo entre o Porto de Paranaguá e norte e noroeste paranaense. Como a BR 276, outras também podem ser citadas, BR 277 que liga o sudoeste com o oeste paranaense, PR 151 que liga São Paulo ao Planalto Central e faz a rota Ponta Grossa - Itararé, BR 376-277 que une Ponta Grossa, Curitiba e Paranaguá e a Rodovia Transbrasiliana que passa nas proximidades da cidade de Ponta Grossa e liga norte-centro-sul do país.

Ponta Grossa conta também com o maior entroncamento ferroviário do sul do Brasil.

Foi com a chegada dos tropeiros à cidade, que se iniciou um processo de formação de um chamado comércio local, que tinha como principal objetivo atender às necessidades da população que aqui residia e aos próprios tropeiros.

Nas primeiras décadas do século XX este comércio se solidifica e já começam a surgir alguns estabelecimentos que além de comercializar, vendiam suas mercadorias à exportadores.

No entanto, Ponta Grossa não se limitou apenas ao comércio local. Juntamente foram criados ou ampliados novos estabelecimentos comerciais e industriais que



proporcionaram novos empregos resultando na evolução da economia da região.

As primeiras indústrias que se desenvolveram na cidade tinham como principal atividade o beneficiamento de madeira e a fabricação de caixas.

Por volta da década de 1940, Ponta Grossa apostou ainda mais em sua industrialização. Contudo, houve uma pequena queda por volta da década de 1950, devido ao crescimento econômico de outras regiões do Estado; porém, no final da década de 1960 iniciou-se uma nova fase no desenvolvimento e instalação de indústrias ligadas ao beneficiamento da soja.

A partir disso, no início da década de 1970, o município de Ponta Grossa passou a contar com um parque industrial, onde se instalaram empresas que caracterizaram o município como o maior parque moageiro de soja do sul do país.

Nas décadas seguintes não houve uma participação efetiva no processo de instalação de indústrias. Um outro impulso só veio a ocorrer no final dos anos 1990, quando outras indústrias se instalaram no município.

No ano de 2001, a cidade conta com um distrito industrial significativo, onde estão instaladas empresas de vários setores da indústria. Dentro deste contexto, o município tornou-se aos poucos um pólo industrial, fazendo com que empresários de todas as áreas se desloquem até o mesmo para realizar negócios.

Com esse número significativo de empresas e indústrias existentes no município de Ponta Grossa e por possuir esse entroncamento rodoferroviário, é inegável sua vocação para o turismo de negócios.

## 1.2 DEFINIÇÕES DE TURISMO E TURISMO DE NEGÓCIOS

O turismo possui diversas definições que foram se aprimorando com a evolução das suas atividades com o passar dos tempos.

A fusão de algumas definições de turismo podem ser sintetizadas como "um fenômeno social e econômico que teve origem espontânea, decorrente da inerente vontade do ser humano de conhecer locais e culturas diferentes, onde há um conjunto de serviços destinados a promover e orientar industrial e comercialmente esse tipo de atividade".(SOUZA;CORRÊA, p.141)

O turismo está segmentado em diversos tipos. Esta pesquisa está sendo baseada no segmento de turismo chamado Turismo de Negócios.

Turismo de negócios é o "tipo de turismo que envolve participantes de congressos e similares, reuniões de executivos, viagens para assinar contratos, etc".(SOUZA;CORRÊA, p. 145)

No ambiente de estudo, que é a cidade de Ponta Grossa, esse tipo de turismo é predominante.

### 1.3 CONTEXTUALIZAÇÃO DE HOTÉIS

Os hotéis estudados neste trabalho estão classificados a partir do Guia 4 Rodas Brasil 2001 e serão citados em tópicos a seguir:

- *Vila Velha Palace*

Foi inaugurado em 1976 por empresários da cidade de Ponta Grossa com o objetivo de atender o turista de lazer. Com a expansão industrial foi adaptado para suprir as necessidades do turista de negócios. Possui 92 apartamentos e 2 suítes desde sua inauguração e passa constantemente por reformas. O hotel é de propriedade de uma S.A. e conta com um número de 5 diretores. Segundo o Guia 4 Rodas é considerado um hotel de médio conforto. Está situado à Rua: Balduino Taques, 123. (anexo foto nº. 1)

- *Village*

Deu início às suas atividades também no ano de 1976 no mesmo local onde já havia um outro hotel chamado Guaira que fora demolido para construção do mesmo em estudo. Conta com 32 apartamentos ao total. Sofreu a primeira reforma há 10 anos sendo concluída a sala de café (anteriormente o café da manhã era servido nos apartamentos). A segunda reforma está datada de 4 anos. É considerado um hotel de médio conforto e seu proprietário é Sílvio Cybulski. Está situado à Rua: Visconde de Nácar, 615. (anexo foto nº. 2)

- *Genevieve Palace*

É considerado um hotel de médio conforto e situa-se à Rua: Balduino Taques, 703. (anexo foto nº. 3) Não foi possível a realização da pesquisa, pois a proprietária do hotel não se colocou disponível para a mesma.

- *Planalto Palace*

Em 1974, quando foi adquirido o prédio do chamado Palace Hotel foi criada a empresa Hotel Planalto Palace Ltda, pelos irmãos Wilson Wagner e Franklin Wagner. Nessa época o hotel possuía 120 quartos e 4 apartamentos com banheiro privativo. No início de 1975 foi iniciada uma reforma e a estrutura anterior foi convertida em 75 apartamentos. Em 1997, iniciou-se um processo de reestruturação. Hoje, o hotel possui 66 apartamentos, sendo que dos 75 anteriores, 9 foram transformados em salas de reuniões, de ginástica e setores administrativos. É considerado um hotel simples e está situado à Rua: Sete de Setembro, 652. (anexo foto nº. 4)

- *Santa Fé*

Foi inaugurado no ano de 1979. Durante 12 anos todo o gerenciamento do hotel foi terceirizado até que no ano de 1991 suas atividades foram assumidas por sua proprietária Sra. Eliane Penteado. Passou por 5 reformas e é classificado como um hotel simples. Situa-se na Avenida Ernesto Vilela, 745. (anexo foto nº. 5)

- *Schaffranski*

Suas atividades se iniciaram na década de 40. As instalações do hotel ainda eram de madeira e possuía apenas 10 quartos. Em 1968 foram construídos 15 apartamentos e em 1974 mais 35. Por fim, em 1998 foi realizada a última reforma somente para atualização dos ambientes. Sua administração já passou por três gerações da família Cybulski. É considerado um hotel simples e está situado à Rua: Francisco Ribas, 104. (anexo foto nº. 6)

- *São Marcos*

É classificado como um hotel simples e situa-se também à Rua: Francisco Ribas, 53. (anexo foto nº. 7) A realização da pesquisa neste hotel não foi possível, pois o gerente não estava disponível.

#### 1.4 CONTEXTUALIZAÇÃO DE RESTAURANTES

Bem como os hotéis, os restaurantes estudados neste trabalho também estão classificados no Guia 4 Rodas Brasil 2001; estes, seguem em tópicos:

- *La Taverne*

Foi inaugurado no ano de 1978 por Paulo Roberto Ribeiro que continua sendo o proprietário até os dias de hoje. Desde o início de suas atividades foi ampliado somente uma vez para construção do pavimento inferior. Passa por constantes reformas para atualização dos ambientes. Localiza-se à Rua: Sete de Setembro, 1136 e é considerado um restaurante de médio conforto. Possui um serviço a la Carte que conta com massas, pizzas, aves, peixes e carnes. (anexo foto nº. 8)

- *La Gôndola*

Iniciou suas atividades por volta da década de 70 e suas instalações eram na chamada Rua do Rosário. Por volta da década de 80 mudou-se para onde atende nos dias de hoje: Rua Comendador Miró, 969. Passa por uma reforma pelo menos a cada ano. Serve refeições a la Carte, buffet e também é pizzaria e churrascaria. Sua proprietária é Vera Consuelo Mikulis e é considerado um restaurante de médio conforto. (anexo foto nº. 9)

- *Pampeana*

Foi inaugurado no ano de 1992 sob a administração do Sr. Oscar Land. Há dois anos o restaurante foi adquirido por Eclair Medeiros. Sofreu algumas reformas no seu interior, porém a mais intensa foi realizada em sua fachada. É classificado como um restaurante de médio conforto e está situado na BR-376 para Curitiba, Km 373. A refeição servida é tipo espeto corrido e possui um buffet com pratos quentes e saladas. (anexo foto nº. 10)

- *Sanjyu*

Localiza-se à Rua: Paula Xavier, 1070 e é considerado um restaurante simples. Serve comida japonesa. (anexo foto nº. 11) O proprietário do restaurante não se colocou a disposição para realização da pesquisa.

- *Forno de Pedra*

Inaugurado em julho de 1985 pela família David. Passa constantemente por reformas e ampliações. Possui duas cozinhas, uma somente para o serviço a la Carte e

outra especialmente para pizzas. É classificado como um restaurante simples e se situa à Rua: Leocádio Correia, 89. (anexo foto nº. 12)

- *Castellani*

Também se encontra classificado no Guia 4 Rodas Brasil 2001, porém encerrou suas atividades anteriormente ao início do presente trabalho.

## CAPÍTULO II

### 2.1 A QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Segundo CASTELLI (1994), “toda empresa, assim como o ser humano, luta para sua sobrevivência. Para tanto ela precisa ser competitiva. Competitividade esta fundamentada na produtividade que, por sua vez, resulta da relação qualidade/custos, ou seja, para se garantir a sobrevivência da empresa é preciso apostar na qualidade.”

Esta qualidade está cada vez mais interligada em itens fundamentais para o progresso de uma empresa: a atualização, o treinamento e o desenvolvimento profissional. Somente se reciclando e desenvolvendo competitividade é que estas empresas poderão atender às exigências dos clientes, já que estes, contam com uma oferta cada vez maior de prestadores de serviços.

Uma empresa para atingir total qualidade e tornar-se líder no mercado, não deverá somente errar e aprender com os próprios erros; mas sim, aprender com os erros dos outros. “[...] precisam adequar suas estratégias de negócios visando a melhoria contínua dos serviços prestados na busca de novos clientes com a manutenção dos já existentes.” (SEBRAE, p. 08)

Qualidade não significa o mais caro, mas sim, o mais apropriado. “[...] a vantagem competitiva está em prestar serviços de mesma qualidade a preços inferiores ou serviços de qualidade superior a preços de mercado.” (Ibid., p. 42). Pois, “o custo de conquistar um novo cliente é maior do que manter os já existentes.” (Ibid., p. 41)

Para que uma empresa seja qualificada, a mesma necessita conhecer o seu cliente, suas necessidades, seus desejos e suas expectativas; pois será o cliente o avaliador da qualidade.

O cliente espera em primeira instância prontidão, gentileza, prestatividade, interesse, atenção e acima de tudo, que o valor pago pelos serviços seja justo, ou pelo menos, esteja de acordo com o que o mesmo consumiu e usufruiu; dentre tantas outras.

É necessário que o cliente perceba que está pagando por um serviço com qualidade já na primeira vez que o utiliza, pois “não existe uma segunda chance de causar uma boa impressão.” (Ibid., p. 48)

Perceber, investigar e registrar o máximo de informações sobre cada cliente,

fará com que a empresa consiga distinguir como será tratado cada cliente, já que cada pessoa é diferente da outra. Fazer com que o cliente interaja com a empresa pedindo suas observações e sugestões, fará com que ele se sinta importante dentro do contexto da organização; pois para possuir competitividade e permanecer no mercado, empresas prestadoras de serviços precisam de clientes cada vez mais satisfeitos.

Funcionários desmotivados e desinteressados, percepções diferentes entre o que o empresário pensa que os clientes desejam e o que eles realmente desejam, mau atendimento e má resolução de reclamações dos clientes, imagem prejudicada da empresa; são alguns exemplos da falta de qualidade que a maioria dos clientes não reclamam, simplesmente optam por outra empresa.

No entanto, muitas são as vantagens vindas do emprego da qualidade na prestação de serviços, vantagens estas em relação à concorrência e aos clientes que trarão aumento dos lucros e redução de custos.

Em resumo, a qualidade em uma empresa deve estar sempre ligada à excelência na prestação de seus serviços para o cliente, como cita YÁZIGI (2000, p. 41): “[...] deixá-lo de boca aberta.” “As empresas devem ter como objetivo a melhoria contínua dos serviços prestados e constante preocupação no atendimento ao cliente, com o objetivo de corresponder às expectativas baseadas no preço estabelecido, mantendo a relação qualidade/preço melhor que a dos concorrentes.” (SEBRAE, p. 41)

A excelência na qualidade também não poderia deixar de estar presente nos ramos da hotelaria e gastronomia. Tanto em hotéis, como em restaurantes a qualidade e o bom atendimento devem interagir em todos os setores que compõem a organização. Todos estes setores fazem parte de um conjunto e a má qualidade em um deles compromete todos os demais. Por exemplo: em um hotel, de nada adianta os funcionários da recepção tratarem o hóspede com toda cortesia e atenção, se quando chegar ao quarto de dormir, este estiver mal arrumado ou o banheiro mal higienizado. Ou em um restaurante, a comida ser de ótima qualidade e o atendimento dos garçons ser péssimo, não demonstrando interesse pelo cliente.

Em hotéis, segundo SEBRAE (p. 21), “o que mais conta para qualidade dos serviços hoteleiros são as instalações, a localização do estabelecimento e o pessoal qualificado para o atendimento.”

Em restaurantes, segundo DAYAN (1995, p. 16): “desde a entrada o cliente julga a qualidade pela atitude e a apresentação do pessoal.” Portanto, a qualidade neste setor inclui a sinalização no acesso que leva ao restaurante, sala de espera, decoração agradável, padronização de louças e talheres e manutenção da limpeza da cozinha e banheiros; além é claro de uma refeição de aspecto e sabor agradável e de um atendimento eficiente e cortês.

Como já foi citado anteriormente, uma organização somente chegará à qualidade total se todos os setores interagirem entre si, pois sempre um dependerá do outro. Sendo assim, a qualidade em hotéis e restaurantes deve estar presente desde a entrada do cliente até a sua saída.

Também é necessária a introdução das chamadas Normas ISO nestas empresas. Essas normas são aceitas internacionalmente para garantir produtos e serviços de qualidade e acessar os mercados.

Os principais objetivos das Normas ISO são "a melhoria da prestação de serviços para satisfação do cliente, a melhoria da produtividade e da competitividade e a redução dos custos, levando à conseqüente rentabilidade e ao aumento dos negócios".(CAMPOS, p.59)

## 2.2 RESULTADOS OBTIDOS

### 2.2.1 Em hotéis

Para que fosse possível obter um resultado da qualidade nos serviços prestados pelos hotéis, foram elaborados questionários, e estes aplicados com os hóspedes e com os proprietários ou gerentes dos estabelecimentos.

Em um período de tempo de dois meses (agosto e setembro - 2001) durante o estágio curricular obrigatório realizado no Hotel Planalto Palace, foi elaborado o primeiro questionário (em anexo) que possui quatorze perguntas a respeito dos serviços prestados pelo hotel, e aplicado diretamente com os hóspedes do mesmo, totalizando um número de 100 (cem).

Através de pesquisa realizada nos outros hotéis, pode-se perceber que aproximadamente 90% dos hóspedes de hotéis de Ponta Grossa, classificados no Guia 4 Rodas Brasil 2001, são turistas de negócios, bem como no Hotel Planalto Palace.



Então, utilizando-se do primeiro questionário aplicado aos hóspedes do mesmo foi elaborado um segundo questionário (em anexo), após analisar as respostas que foram dadas ao primeiro. Este questionário foi formulado através das reclamações e/ou das felicitações feitas pelos hóspedes e aplicado nos outros hotéis, visando saber se ofereciam os itens reclamados ou elogiados no Hotel Planalto.

A seguir, será exposto, em tópicos, os itens contidos no primeiro questionário, aplicado na Hotel Planalto Palace, bem como as considerações dos hóspedes e características dos hotéis.

- *Atendimento e duração do check-in:*

Cem por cento (100%) dos entrevistados no hotel respondeu que foi atendido totalmente e até que superou suas expectativas, devido à prestatividade e à rapidez no momento de sua chegada ao hotel.

Os hotéis Vila Velha, Village, Santa Fé e Schafranski afirmaram proceder da mesma maneira.

- *Informações sobre os serviços do hotel fornecidas no check-in:*

Noventa e nove (99%) dos entrevistados no hotel afirmaram terem sido atendidos totalmente; 1% respondeu que não utilizou de algum serviço e gostaria de utilizar por falta de informações na chegada.

O Hotel Planalto Palace possui informativos dos serviços em folhetos no apartamento, porém alguns hóspedes disseram preferir ser informados oralmente pelos recepcionistas ou messageiros.

Os hotéis Schafranski e Vila Velha afirmaram possuir estas informações somente nos apartamentos.

Nos hotéis Village e Santa Fé o hóspede obtém esses dados no primeiro momento de sua estada.

- *Serviço de camareira:*

Noventa e oito (98%) dos entrevistados no hotel responderam terem sido atendidos totalmente.

Dois por cento (2%) foram atendidos parcialmente, devido ao fato de camareiras em hotéis prestarem seus serviços somente durante o dia. Esporadicamente poderá ocorrer um imprevisto e o apartamento precisar ser arrumado na parte da noite.

Os hotéis Vila Velha, Village, Santa Fé e Schafranki afirmaram proceder da mesma forma; as camareiras somente trabalham durante o dia.

- *Serviço de lavanderia:*

Noventa e dois (92%) dos entrevistados no hotel não utilizou o serviço.

Oito por cento (8%) afirmou ter sido atendido totalmente e acha necessário a presença deste setor em um hotel.

Os hotéis Vila Velha, Santa Fé e Schafranski possuem serviço de lavanderia.

Village possui, porém é terceirizado.

- *Serviço de telefonia:*

Trinta e dois (32%) dos entrevistados no hotel não utilizou o serviço.

Sessenta por cento (60%) afirmou ter sido atendido totalmente pelo fato da ligação ser direta e conter vários recursos.

Oito por cento (8%) foi atendido parcialmente devido ao valor cobrado ser alto.

Os hotéis Vila Velha, Village, Santa Fé e Schafranki possuem telefone nos apartamentos com ligação direta.

- *Café da manhã:*

No Hotel Planalto é servido das 6:30 h às 10:00 h.

Quatro por cento (4%) dos entrevistados no hotel não tomaram café da manhã.

Noventa e seis (96%) disseram ter sido atendidos totalmente e chegou a superar suas expectativas pelo fato de conter várias opções (41 itens) e música ambiente.

No Hotel Vila Velha o café da manhã é terceirizado, possui música ambiente e aproximadamente 20 itens. O horário servido é das 6:30 h às 10:00 h.

No Hotel Santa Fé o café é servido das 6:30 h às 9:30 h de Segunda à Sexta-feira. Sábados, Domingos e Feriados das 7:00 h às 10:00 h. Possui aproximadamente 18 itens.

No Hotel Village o café da manhã é servido com música ambiente, das 6:00 h às 9:30 h de Segunda à Sexta-feira. Sábados, Domingos e Feriados das 7:00 h às 10:00 horas. Conta com aproximadamente 30 itens em seu buffet.

O café da manhã do hotel Schafranski é servido de Segunda à Sexta-feira das 6:30 h às 9:30. Sábados, Domingos e Feriados das 7:00 h às 10:00 h. Possui aproximadamente 20 itens.

- *Serviço de quarto (copa):*

Quarenta por cento (40%) dos hóspedes no hotel não utilizou do serviço.

Sessenta por cento (60%) afirmaram ter sido atendidos totalmente.

Os hotéis Schafranski e Santa Fé não possuem serviço de quarto.

No hotel Village o serviço está disponível somente das 18:00 h às 23:15 h.

O hotel Vila Velha possui restaurante.

- *Qualidade na comida:*

Quatro por cento (4%) dos entrevistados no hotel não se alimentou.

Doze por cento (12%) afirmou ter sido atendido parcialmente devido ao sabor de alguns alimentos.

Oitenta e quatro por cento (84%) foram atendidos totalmente e a qualidade superou suas expectativas pelo fato de possuir várias opções, são ao todo 42 itens.

O hotel Village possui 21 itens em seu cardápio.

O hotel Vila Velha possui restaurante.

Os hotéis Santa Fé e Schafranski não possuem serviço de alimentação.

- *Serviços de lazer como sala de ginástica e sala de TV:*

Oitenta e seis (86%) não utilizou do serviço.

Sete por cento (7%) disse ter sido atendido totalmente.

Sete por cento (7%) disse ter sido atendido parcialmente pelo fato dos acessórios serem antigos.

O hotel Vila Velha possui sala de ginástica.

Os hotéis Village, Santa Fé e Schafranski não possuem sala de ginástica.

- *Serviços de executivos como fax e internet:*

Oitenta e dois por cento (82%) dos entrevistados no hotel não utilizou do serviço.

Doze por cento (12%) afirmou ter sido atendido totalmente devido ao fato do hotel possuir o chamado Business Center, uma sala que possui computador com internet e fax.

Seis por cento (6%) acharam que foram atendidos parcialmente, pelo fato do fax mandado "a cobrar" ser cobrado e alguns apartamentos não possuem adaptador para notebook.

Hotéis Village e Schafranski cobram somente a ligação para passar um fax.

Hotel Schafranski possui adaptador para notebook nos apartamentos.

No Hotel Vila Velha se o hóspede utilizar o fax esporadicamente não é cobrado e possui adaptador para notebook nos apartamentos. Conta também com um "Work Station" que possui computador com internet.

O Hotel Santa Fé também conta com adaptador para notebook nos apartamentos e o fax é cobrado por folha mais a ligação.

- *Valor pago:*

Hotel Planalto Palace conta com os seguintes tipos de apartamentos e seus respectivos valores:

	Individual	Duplo	Triplo	Quadruplo
Standard	R\$ 60,00	-----	-----	-----
Superior	R\$ 68,00	R\$ 90,00	-----	-----
Executivo	R\$ 75,00	R\$ 100,00	R\$ 120,00	R\$ 140,00

Setenta e quatro por cento (74%) das pessoas entrevistadas no hotel responderam que foram atendidas totalmente com relação ao valor pago por sua hospedagem.

Para 9% dos entrevistados é a empresa que paga por sua hospedagem.

Dezessete por cento (17%) respondeu ter sido atendido parcialmente pois o valor é acima do normal.

Hotel Santa Fé

Single	Double	Triplo
R\$ 47,00	R\$ 80,00	R\$ 120,00

Hotel Village

	Solteiro	Casal	Triplo	Quadruplo
Standard	R\$ 58,00	-----	R\$ 109,00	R\$ 122,00
Luxo	R\$ 65,00	R\$ 90,00	-----	-----
Vip	R\$ 73,00	R\$ 99,00	-----	-----

Hotel Schafranski

Single	Double
R\$ 48,00	R\$ 68,00

Hotel Vila Velha

	Single	Double	Triplo
Luxo	R\$ 95,00	R\$ 120,00	R\$ 170,00

Possui 2 suítes, e o valor individual é R\$ 130,00

- *Localização:*

O Hotel Planalto situa-se no centro da cidade.

Noventa e um por cento (91%) dos entrevistados no hotel afirmaram terem sido atendidos totalmente pelo fato de ser um hotel central.

Nove por cento (9%) disseram que foram atendidos parcialmente devido ao barulho no centro da cidade.

Hotel Vila Velha, Village e Schafranski situam-se no centro da cidade.

Hotel Santa Fé está localizado na área urbana do município.

- *Estacionamento*

Treze por cento (13%) dos entrevistados no hotel não utilizou do serviço.

Sessenta e seis por cento (66%) respondeu terem sido atendidos totalmente.

Vinte e um por cento (21%) afirmaram que foram atendidos parcialmente pelo fato do estacionamento não ser coberto.

O Hotel Planalto possui um estacionamento coberto, porém é pequeno. Os outros dois não possuem cobertura.

Os hotéis Vila Velha, Village, Santa Fé e Schafranski possuem estacionamento coberto.

- Outro requisito que fora bastante citado pelos hóspedes é com relação à central de gás. O Hotel Planalto não possui. Os hotéis Vila Velha, Village, Santa Fé e Schafranski, sim.

### 2.2.2 Em restaurantes

O resultado da qualidade nos serviços prestados pelos restaurantes foi obtido através de um terceiro questionário. Este também elaborado com quatorze perguntas, dentre elas perguntas sobre o atendimento e sobre a infra estrutura do estabelecimento. O mesmo, fora aplicado diretamente com os proprietários dos restaurantes. Segue em anexo.

Abaixo, seguem os restaurantes e a análise do questionário de cada um respectivamente:

- *La Gôndola*

O tipo de refeição servida por este é a chamada a la Carte com massas, porém também é churrascaria possuindo em seu buffet 20 tipos de saladas e 12 carnes. Ao todo são aproximadamente 60 opções em seu cardápio. Em média, há um garçom para cada quinze clientes e o ambiente do restaurante comporta 250 pessoas. Atende diariamente no almoço e jantar. O estabelecimento possui música ambiente, ar condicionado e estacionamento próprio. O tempo de entrega do pedido à mesa do cliente é aproximadamente de 10 a 15 minutos. A proprietária afirmou achar importante a sua atenção para com os clientes.

- *Forno de Pedra*

A refeição servida é do tipo a la Carte. O cardápio possui 15 opções variadas entre pizzas, massas e carnes nobres. O restaurante possui cinco garçons e comporta 180 pessoas. Possui sala de espera e “play ground” para crianças. Atende de Terça a Domingo e faz entrega à domicílio. No acesso ao restaurante há sinalização e conta com estacionamento próprio. O ambiente interno possui música, ar condicionado e área

restrita para fumantes. Aproximadamente, o tempo de entrega do pedido é de 30 minutos. O proprietário afirmou atenção para com os clientes todos os dias.

- *La Taverne*

O restaurante serve a la Carte possuindo em seu cardápio cinco opções: massas, carnes, aves, peixes e pizzas. Com sala de espera e estacionamento próprio, possui cinco garçons, está aberto todos os dias da semana e comporta 120 pessoas. Faz entrega à domicílio sendo o tempo de entrega de 30 a 40 minutos. No restaurante o tempo é de 20 a 25 minutos. Possui área restrita para fumantes, ar condicionado e música ambiente. O proprietário disse se preocupar com a atenção especial aos clientes.

- *Pampeana*

A refeição servida é do tipo espeto corrido e possui em seu buffet 15 tipos de pratos quentes, 23 tipos de saladas e 18 tipos de carnes. Conta com oito garçons e comporta em seu interior 400 pessoas. Há sinalização no acesso ao restaurante e também sinalização em inglês no seu interior, possui estacionamento próprio e sala de espera. Existe área restrita para fumantes, música ambiente e atende todos os dias da semana. A proprietária disse achar importante a atenção especial aos clientes.

As questões estudadas neste questionário foram elaboradas através de pesquisa realizada em bibliografia específica de qualidade em restaurantes. Além da refeição servida ser de boa aparência e ótimo sabor, existem alguns requisitos que segundo SENAC (1996, p. 31-2) podem ser utilizados “para se atingir a qualidade dos serviços de restaurante: sinalização no acesso, sala de espera para evitar que as pessoas aguardem lugar ao lado das mesas, estacionamento e ‘play ground’ para crianças, música ambiental” dentre outros.

Pode-se dizer que quase todos os restaurantes estudados atingiram as expectativas citadas acima, já que todos possuem sala de espera, estacionamento próprio e música ambiente. Forno de Pedra e Pampeana possuem sinalização nos seus acessos. Somente o restaurante Forno de Pedra possui "play ground" para as crianças.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Qualidade Total na prestação de serviços é um fator imprescindível. Tanto no atendimento como na infra-estrutura. Tendo como definição segundo CAMPOS "a implantação de uma filosofia de gestão que procura alcançar o pleno atendimento das necessidades e a máxima satisfação das expectativas dos clientes em todos os processos da organização" (p. 50), cada vez mais empresas buscam esta qualidade para não perder seus clientes e conquistar novos.

Buscou-se neste trabalho estudar como os hotéis e restaurantes de Ponta Grossa empregam esta qualidade em seus serviços. É evidente a importância destas empresas estarem dispostas a saber como estão atuando no mercado perante seus concorrentes e sempre dar atenção especial ao cliente. Buscar saber o que este procura em um hotel ou restaurante, bem como suas principais necessidades e desejos.

O presente trabalho fora uma contribuição para os segmentos de hotéis e restaurantes, para os mesmos poderem conhecer um pouco mais sobre seus clientes e procurar buscar a qualidade em seus serviços. Também teve como objetivo contribuir para que turistas de negócios possam escolher melhor, de acordo com suas expectativas, aonde poderão se hospedar e fazer sua alimentação.

Após aplicar os questionários com os empresários do ramo hoteleiro e gastronômico, conclui-se que os mesmos, tanto proprietários de hotéis como de restaurantes, estão sempre buscando novas alternativas para atender melhor o seu cliente. Reciclagem, atenção e capacitação são palavras que não podem ficar somente no dicionário mas sim, em todos os dias de organizações que pretendem atingir a qualidade total.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASPECTOS GEOGRÁFICOS. Disponível em:  
<http://www.pg.pr.gov.br/acidade/grográficos.html>>. Acesso em: 23 de ago. de 2001.

BAPTISTA, Mário. **Turismo: Competitividade Sustentável**. Lisboa: Verbo, 1997.

CAMPOS, Rogério Meira. **Princípios da Qualidade**. Porto Alegre: SEBRAE, 1998.

CASTELLI, Geraldo. **Marketing Hoteleiro**. 2 ed. Caxias do Sul: Educs, 1994

\_\_\_\_\_. **Administração Hoteleira**. 7 ed. Caxias do Sul: Educs, 2000.

COIMBRA, Ricardo. **Assassinatos na Hotelaria** – ou como perder seu hóspede em oito capítulos. 2 ed. Salvador: Casa da Qualidade, 1998.

DAYAN, Eliefi. **Restaurante: técnicas de serviço**. Caxias do Sul: Educs, 1995.

DUARTE, Vladir Vieira. **Administração de Sistemas Hoteleiros: conceitos básicos**. São Paulo: SENAC, 1996.

GONÇALVES, Maria Aparecida Cezar; PINTO, Elisabete Alves. **Ponta Grossa um século de vida**. Ponta Grossa: Kugler Artes Gráficas, 1983.

GUIA Quatro Rodas Brasil 2001. Ed. Abril.

LAGE, Beatriz Helena G.; MILONE, Paulo César. **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LAMPRECHT, James. **Padronizando o sistema da qualidade na hotelaria mundial**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.

SEBRAE. **Qualidade nos Serviços Turísticos**. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

SOUZA, Arminda Mendonça; CORRÊA, Marcus Vinícius M. **Turismo - Conceitos, Definições e Siglas**. 2 ed. Manaus: Valer, 2000.

YÁZIGI, Eduardo. **A pequena Hotelaria e o Entorno Municipal** – Guia de montagem e administração. São Paulo: Contexto, 2000.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo e qualidade: tendências contemporâneas**. 5 ed. São Paulo: Papirus, 1999.

VIAS de acesso. Disponível em: <http://www.pg.pr.br/acidade/viasacesso.html>. Acesso em: 24 de ago. de 2001.

# ANEXOS

**Questionário de pesquisa para medição da satisfação dos clientes:**

Data: / /

Apartamento: \_\_\_\_\_

1. Primeira vez de hospedagem no hotel? \_\_\_\_\_

Sim. Quem o indicou? \_\_\_\_\_

2. Atendimento durante a chegada e duração do check-in:

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

8. Atendimento no serviço de quarto:

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

3. Informações gerais fornecidas no check-in:

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

9. Qualidade na comida:

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

4. Serviço de camareira:

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

10. Serviços de lazer (sala de TV, etc):

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

5. Serviço de lavanderia:

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

11. Serviços de executivos (fax, etc.):

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

6. Serviço de telefonia:

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

12. Valor pago pela hospedagem:

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

7. Atendimento no café da manhã:

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

13. Localização:

- requisito não atendido
- requisito atendido parcialmente
- requisito atendido totalmente
- requisito superou as expectativas

**Questionário de hotéis:**

1. Quantidade de apartamentos: \_\_\_\_\_
2. Tipos de apartamentos: \_\_\_\_\_
3. Valor de cada apartamento: \_\_\_\_\_
4. Equipamentos dos apartamentos:
  - ( ) TV com controle
  - ( ) vídeo
  - ( ) TV à cabo
  - ( ) chuveiro à gás
  - ( ) telefone – ligação direta
  - ( ) adaptador para notebook - acesso à internet
  - ( ) box nos banheiros
  - ( ) produtos de higiene (sabonete, shampoo, condicionador, etc.)
5. Café da manhã:
  - Quantos itens? \_\_\_\_\_
  - Quais são? \_\_\_\_\_
  - Música ambiental? \_\_\_\_\_
  - Horário servido: \_\_\_\_\_
6. Possui serviço de quarto? Copa? \_\_\_\_\_
  - Horário? \_\_\_\_\_
  - Quantas opções? \_\_\_\_\_
7. É possível utilizar o fax? \_\_\_\_\_
  - Como é cobrado? \_\_\_\_\_
8. Possui sala de ginástica? \_\_\_\_\_
  - Sala de jogos? \_\_\_\_\_
9. Possui serviço de lavanderia? \_\_\_\_\_
10. Possui garagem? \_\_\_\_\_
  - Estacionamento coberto? \_\_\_\_\_
11. O hóspede é informado no momento do check-in dos serviços prestados?  
\_\_\_\_\_
12. Localização:
  - ( ) área urbana    ( ) local retirado    ( ) local movimentado    ( ) centro da cidade
13. Perfil do hóspede: \_\_\_\_\_
14. Histórico do hotel: \_\_\_\_\_

**Questionário de restaurantes:**

1. Qual o tipo de refeição servida?
2. Quantas opções possui o cardápio ou buffet?
3. Possui sala de espera?
4. Qual a média de garçons por cliente?
5. O ambiente do restaurante comporta quantas pessoas?
6. Está aberto em quais dias da semana?
7. Faz entrega em domicílio? É cobrada taxa?
8. Há sinalização no acesso ao restaurante?
9. Possui estacionamento próprio?
10. Possui música ambiente?
11. Possui ar condicionado?
12. Existe área restrita para fumantes?
13. Aproximadamente, qual o tempo para entrega do pedido?
14. O gerente ou proprietário se preocupam com a atenção aos clientes?
15. Histórico do restaurante:

Foto 1: Hotel Vila Velha



Fonte: acervo particular

Foto 2: Hotel Village



Fonte: acervo particular

Foto 3: Hotel Genevieve



Fonte: acervo particular

Foto 4: Hotel Planalto



Fonte: acervo particular



Foto 5: Hotel Santa Fé



Fonte: acervo particular

Foto 6: Hotel Schafranski



Fonte: acervo particular

Foto 7: Hotel São Marcos



Fonte: acervo particular

Foto 8: Restaurante La Taverne



Fonte: acervo particular

Foto 9: Restaurante La Gôndola



Fonte: acervo particular

Foto 10: Restaurante Pampeana



Fonte: acervo particular

Foto 11: Restaurante Sanjyu



Fonte: acervo particular

Foto 12: Restaurante Forno de Pedra



Fonte: acervo particular