

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

SABRINA WOICIZACK

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE UMA POUSADA ATRAVÉS DO MÉTODO
TOURQUAL

PONTA GROSSA
2024

SABRINA WOICIZACK

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DE UMA POUSADA ATRAVÉS DO MÉTODO
TOURQUAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
para obtenção do título de bacharel em Turismo
na Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientadora: Prof^a Dr^a Larissa Mongruel Martins de
Lara

PONTA GROSSA

2024

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha profunda gratidão a todos que contribuíram para a realização deste trabalho.

Agradeço à minha orientadora, Professora Doutora Larissa Mongruel Martins de Lara, pela orientação e incentivo ao longo deste processo. Seu conhecimento e disponibilidade foram fundamentais para o desenvolvimento deste TCC.

Sou grata aos professores do Departamento de Turismo da UEPG por suas valiosas aulas e ensinamentos, que enriqueceram minha formação.

Agradeço à minha família, meus pais Jefferson e Rose, minha irmã Amanda e meu filho Luis Henrique, pelo apoio incondicional, compreensão e motivação nos momentos desafiadores. Um agradecimento especial também aos meus amigos, que estiveram ao meu lado acompanhando essa jornada, oferecendo suporte e encorajamento.

Agradeço ao meu companheiro Lucas, pelo apoio e por me apresentar a Pousada do *Canyon* Guartelá pela primeira vez.

Agradeço ao senhor Izidro Constantino Guedes e sua neta Bárbara R. K. Guedes que abriram as portas da Pousada Canyon Guartelá para que este trabalho pudesse ser realizado.

Por fim, agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho. Este momento não seria possível sem a colaboração e o apoio de cada um de vocês.

Sonho que se sonha só é só um sonho que se sonha só, mas sonho que se sonha junto é realidade.

(Raul Seixas)

RESUMO

Os meios de hospedagem estão entre os pilares da atividade turística, juntamente com a alimentação e o deslocamento. A qualidade dos meios de hospedagem é um fator crucial para a satisfação do cliente e para a competitividade no setor turístico. Foram abordados aspectos como conforto, limpeza, atendimento, infraestrutura e serviços oferecidos. O objeto de estudo apresentado é a Pousada do Canyon Guartelá, situada na região dos Campos Gerais do Paraná, sendo feita uma descrição da área da pousada, posteriormente foi desenvolvido um questionário aplicado online e pessoalmente, no qual se obteve 72 respostas, foram analisados estatisticamente, com base na dissertação de Mestrado de Tiago Mondo, o Método TOURQUAL, permitindo identificar as principais demandas e expectativas dos consumidores. Este trabalho objetiva-se a analisar a infraestrutura e os serviços que a Pousada *Canyon* Guartelá oferece através do método TOURQUAL. Os resultados demonstram que a pousada possui pontos positivos que são valorizados pelos consumidores, mas pontos a melhorar se destacam por serem pontos importantes do que compreende a experiência turística. Por fim, este trabalho contribui para uma compreensão mais aprofundada da percepção dos hóspedes em relação à qualidade dos meios de hospedagem, oferecendo recomendações práticas para os gestores do empreendimento. As conclusões sugerem que investimentos na manutenção, treinamento de equipe e novos produtos que não só aumentam a satisfação do cliente, mas também favorecem a fidelização e a reputação dos estabelecimentos.

PALAVRAS-CHAVE: meios de hospedagem; Canyon Guartelá, qualidade

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Classificação por estrelas do SBClass.....	15
Figura 2 – Ciclo de Serviços para meios de hospedagem.....	19
Figura 3 – (a) Cartaz Maluco Beleza Fest 2024; (b) Sylvio Passos (esquerda) na Cúpula do Relâmpago Dourado; (c) Parte do público da 17ª edição.....	26
Figura 4 – Memorial Raul Seixas.....	27
Figura 5 – Oração da Árvore e placa indicativa.....	28
Figura 6 – “Minha Cidade”.....	29
Figura 7 – Entrada da Pousada.....	39
Figura 8 – Cúpula do Relâmpago Dourado.....	30
Figura 9 – Armazém do Turista.....	31
Figura 10 – Recepção.....	31
Figura 11 – Sala de Jogos.....	32
Figura 12 – Banheiro ao lado da recepção.....	32
Figura 13 – Restaurante Dom Mauro.....	33
Figura 14 – (a) <i>Vuelta del Comedor</i> ; (b) Restaurante do Xanda; (c) Fonte das Damas; (d) Área de descanso no Camping do Silêncio.....	34
Figura 15 – Camping Geração Alternativa.....	34
Figura 16 – Trilha dos Jesuítas.....	35
Figura 17 – Banheiro do <i>Camping Geração Alternativa</i>	35
Figura 18 – Ilha do Carlão.....	36
Figura 19 – Cidade do Rock.....	37
Figura 20 – Banheiros na Cidade do Rock.....	37
Figura 21 – Rio Iapó.....	38
Figura 22 – Playground e quadras de esportes.....	38
Figura 23 – Esculturas.....	39
Figura 24 – Bar da Piscina.....	40
Figura 25 – Área da Piscina.....	40
Figura 26 – Infraestrutura do Parque Aquático.....	41
Figura 27 – Espaço do Palco.....	41
Figura 28 – Banheiro da piscina.....	42
Figura 29 – Trilha de São Francisco.....	43
Figura 30 – Templo de Salomão.....	44

Figura 31 – Mata Fria.....	45
Figura 32 – (a) Círculo dos Druídas; (b) Porta Entre Dois Mundos; (c) Pedra do Coração.....	45
Figura 33 – Cruz de Caravaca.....	46
Figura 34 - Chalé Normal.....	47
Figura 35 – Chalé do Alemão.....	48
Figura 37 – Chalé Pirâmide.....	48
Figura 38 – Processo de <i>retrofit</i> nos apartamentos.....	49
Figura 39 – Hospedaria.....	50
Figura 40 – Áreas de <i>camping</i>	50
Figura 41 – Amenites oferecidos aos hóspedes.....	51

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Idade dos visitantes.....	58
Gráfico 2 – Local de origem.....	59
Gráfico 3 – Companhias dos consumidores.....	59
Gráfico 4 – Modalidade de ingresso.....	60
Gráfico 5 – Frequência de visitação.....	60
Gráfico 6 – Índice de retorno.....	61
Gráfico 7 – Estrutura e serviços usados.....	62
Gráfico 8 – Placas indicativas.....	63
Gráfico 9 – Dificuldades no acesso de serviços.....	63
Gráfico 10 – Acessibilidade dos banheiros.....	64
Gráfico 11 – Horários de acordo com os divulgados.....	65
Gráfico 12 – Ventilação das acomodações.....	66
Gráfico 13 – Temperatura alimentos e bebidas	67
Gráfico 14 – Atmosfera do local.....	68
Gráfico 15 – Emoções experimentadas pelos visitantes.....	69
Gráfico 16 – Serviços apresentados.....	70
Gráfico 17 – Informações sobre a história e os atrativos.....	70
Gráfico 18 – Suficiência das placas Interpretativas.....	71
Gráfico 19 – Diferentes formas de entretenimento.....	72
Gráfico 20 – Limpeza e manutenção dos atrativos.....	72
Gráfico 21 – Fuga de rotina.....	73
Gráfico 22 – Sistema de incêndio.....	74
Gráfico 23 – Sistema de segurança.....	75
Gráfico 24 – Sistema de transações financeiras.....	76
Gráfico 25 – Custo/Benefício.....	76
Gráfico 26 – Capacidade de atendimento da recepção e serviços A&B.....	77
Gráfico 27 – Comunicação externa.....	77
Gráfico 28 – Equipamentos para atender às condições climáticas.....	78
Gráfico 29 – Inovação.....	79
Gráfico 30 – Condições do ambiente e equipamentos.....	80
Gráfico 31 – Serviços tecnológicos.....	80
Gráfico 32 – Comentários extras.....	81

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Localização da Pousada entre os municípios de Castro e Tibagi.....	21
Mapa 2 – Divisões das áreas da Pousada Canyon Guartelá.....	27

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Acomodações da Pousada <i>Canyon</i> Guartelá.....	47
Quadro 2 – Atrações e atividades naturais da Pousada Canyon Guartelá.....	51
Quadro 3 – Atrações e atividades artificiais da Pousada Canyon Guartelá.....	52
Quadro 4 – Dimensões e Indicadores do Modelo Preliminar do Método TOURQUAL	54

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	MEIOS DE HOSPEDAGEM.....	14
2.1	POUSADA.....	15
2.2	CAMPING.....	16
3	QUALIDADE NA OFERTA TURÍSTICA.....	18
3.1	QUALIDADE NA HOSPEDAGEM.....	18
4	POUSADA CANYON GUARTELÁ.....	21
4.1	LOCALIZAÇÃO.....	21
4.2	CANYON GUARTELÁ.....	23
4.3	ESTRUTURA E SERVIÇOS DA POUSADA DO CANYON GUARTELÁ.....	25
	4.3.1 Recepção (A).....	27
	4.3.2 Ilha do Carlão (B).....	33
	4.3.3 Cidade do Rock e Ilha do Caju (C).....	36
	4.3.4 Parque Aquático (D).....	39
	4.3.5 Área Mística (E).....	42
	4.3.6 Hospedagem.....	47
	4.3.7 Serviços e Atrativos.....	51
5	METODOLOGIA.....	52
6	RESULTADOS.....	58
6.1	PERFIL DO CONSUMIDOR.....	58
6.2	ANÁLISES DAS DIMENSÕES DO MODELO PRELIMINAR TOURQUAL.....	62
	6.2.1 Dimensão Acesso.....	62
	6.2.2 Dimensão Ambiente.....	66
	6.2.3 Dimensão Elemento Humano.....	69
	6.2.4 Dimensão Experiência.....	71
	6.2.5 Dimensão Segurança.....	74
	6.2.6 Dimensão Qualidade Técnica.....	76
6.3	PROGNÓSTICO.....	82
	6.3.1 Pontos fortes.....	82
	6.3.2 Pontos a melhorar.....	83
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86
8	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	88
	APÊNDICES	93

1. INTRODUÇÃO

Em sua maioria, as viagens necessitam de hospedagem em algum momento durante o roteiro, independente da motivação, compreender e planejar os meios de hospedagem é de importância fundamental para a atividade turística (Aldrigui, 2007).

As pousadas são uma opção àqueles que procuram por hospedagem, mas que em conjunto buscam experiências e sentimentos emocionantes, como já mostrava os Estudos Estratégicos do Turismo para 2020, da Organização Mundial do Turismo (OMT) em 1997 (Ministério do Turismo, 2010). Esses aspectos irão definir o quão agradável foi a estadia do hospede no local, tal avaliação não se limita apenas a infraestrutura, mas também aos serviços e a hospitalidade prestada a aqueles que chegam se hospedar. Adequar-se as necessidades e principalmente às exigências é sempre um desafio e para que seja viável agregar valor é necessário que o atendimento prestado e a estrutura física do local estejam em sincronia (Castelli, 2006).

A hospitalidade pode ser entendida como uma rede de serviços que atendem a demanda que está interposta na hospedagem e na gastronomia, mas sem dispensar outros componentes, como o lazer (Guzela, 2014).

Corroborando Castelli (2006), Nunes e Ribeiro (2019, p.16) apontam que:

[...] Hoje em dia os clientes buscam adquirir bens e serviços que os façam sentir únicos, portanto, a busca por serviços de qualidade é um fator decisivo quando da escolha de produtos de bens e serviços. Dessa forma, quando um empreendimento hoteleiro oferece serviços de qualidade o cliente fica sempre satisfeito, estabelece-se então uma relação de confiança, consequentemente aquele cliente é fidelizado.

Segundo Beni (2007), a qualidade é critério único que surge naturalmente para determinar o sucesso ou o fracasso de produtos e serviços, ou seja, deve ser usada estrategicamente para garantir a competitividade no mercado.

Observando como visitante da pousada, pode-se notar que o local recebe diversas famílias e grupos de amigos que desejam passar um tempo em contato com a natureza em um lugar calmo. E por meio de conversa informal com esses visitantes os relatos de que alguns serviços e infraestruturas da pousada poderiam passar por melhorias, alguns pontos destacados são a higienização do local e a qualidade no atendimento, para obter um panorama da opinião dos turistas que

visitam a pousada e entender a visão que eles possuem da pousada, manifestou-se a ideia deste estudo.

Para fazer esse projeto, o proprietário, se mostrou positivo a ideia de destacar pontos positivos e pontos a melhorar na pousada, agregando melhorias às estruturas e serviços que estão sendo reformadas e documentadas diariamente em seu Facebook. Com este estudo espera-se auxiliar no incremento da qualidade de serviços prestados em meios de hospedagem que já estão consolidados no mercado, mas que encontram dificuldades de manter a qualidade de serviços e infraestrutura.

Esta pesquisa tem caráter qualitativo e quantitativo, é uma pesquisa exploratória que proporciona um entendimento do problema da pesquisa, tornando-o claro e possui planejamento flexível, considerando aspectos diversos e relativos ao objeto de estudo (SELLTIZ *et al.*, 1967, p. 63 apud. GIL, 2017, p.32).

Para obtenção de dados sobre o objeto de estudo, o modelo preliminar do método TOURQUAL, que é um protocolo que foca na qualidade percebida em serviços turísticos, subsidiando planejamentos futuros a partir da análise da opinião de clientes, se mostrou mais adequado englobando dimensões como Acesso, Ambiente, Elemento Humano, Experiência, Segurança e Qualidade Técnica (Mondo, 2014) e se enquadram no que será avaliado no objeto de estudo.

Para sanar o problema de pesquisa de como é avaliada a oferta turística da Pousada *Canyon* Guartelá, diante disto, este trabalho tem como objetivo principal da pesquisa analisar a infraestrutura e os serviços que a Pousada *Canyon* Guartelá oferece através do método TOURQUAL¹. Seguido pelos objetivos específicos de descrever apontamentos qualitativos para meios de hospedagem; elencar os serviços e infraestruturas da pousada; caracterizar os serviços e infraestrutura através do método TOURQUAL; propor estratégias para pousada a partir dos dados obtidos no diagnóstico.

A estrutura deste trabalho está dividida em introdução, referencial teórico abordando meios de hospedagem, e qualidade no turismo. Seguidos pela contextualização da Pousada *Canyon* Guartelá com a finalidade de compreender o objetivo de estudo, metodologia abordando os meios utilizados para desenvolvimento, resultados e discussões e para finalizar, as considerações finais.

¹ Termo derivado das palavras “turístico” e “qualidade” para definir a nomenclatura do método de mensuração de qualidade de atrativos turísticos (Mondo, 2014).

2. MEIOS DE HOSPEDAGEM

Viajar por diversos motivos é um fenômeno que acompanha os primórdios da humanidade (Ignarra, 1999) e se concretizou na Era Moderna a partir das incontáveis organizações turísticas que surgiram no final do século XX (Castelli, 2006).

Os equipamentos e serviços turísticos representam instalações e serviços indispensáveis para a atividade turística, entre eles estão os meios de hospedagem, serviços de alimentação, de entretenimento, de agenciamento, de informação, entre outros (Ignarra, 1999; Beni, 2007).

São considerados meios de hospedagem os empreendimentos que prestam serviço de alojamento temporário, dispostos em unidades individuais e de uso exclusivo pelo tempo necessário, em conjunto com outros serviços ofertados, que estarão à consecução do hóspede por meio de contrato e cobrança diária (Brasil, 2008). São empresas destinadas à acomodação de turistas e visitantes, com foco em segurança, higiene, bem-estar e satisfação de pessoas, independente do período. Podendo incluir serviços de alimentação, entretenimento e outras atividades, sempre buscando incluir a demanda cada vez mais segmentada (Ribeiro, 2011; Petrocchi, 2007).

A hospedagem esteve vinculada à necessidade das pessoas que se deslocavam devido a diversos motivos como religião, lazer ou comércio, por exemplo, de encontrar alimento e alojamento em suas viagens (Muller, Hallal e Ramos, 2015). No Brasil, os meios de hospedagem surgiram pela necessidade de povoamento e colonização, com a entrada de grupos para o interior das terras, foram se formando pousos pelo caminho em conjunto com mercearias de suprimentos para os proprietários de animais e as montarias (Boccardi, 2001).

Os meios de hospedagem são fundamentais para o turismo, pois sem um local para pernoitar, a atividade turística não pode ocorrer na localidade e não utilizará das estruturas e nem da economia local (Aldrigui, 2007). O setor conta com diversas redes de hotéis expandindo, inovações na área, qualificação de serviços, que são responsáveis pelo alto padrão e alta eficiência, tornando a hotelaria um

potente agente econômico (Lopes, 2015). Segundo o site do Jornal Panrotas, o Turismo do Brasil faturou R\$48,2 bilhões nos três primeiros meses de 2024 sendo o melhor trimestre desde 2019 em faturamento, destacando os meios de hospedagem como a terceira segmentação que mais cresceu (6,4%), ficando atrás apenas dos meios de locomoção (12,3%) e alimentação (7,8%).

2.1 POUSADA

Os meios de hospedagem e suas variações buscam atender as diferentes necessidades e preferências dos turistas (como visto no capítulo anterior) ocasionando a necessidade de criar uma classificação para diferentes empreendimentos. O Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) oficializa sete tipos de meios de hospedagem (Hotel, Resort, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico, Pousada e Flat/Apart-Hotel), informando e orientando turistas e o mercado do turismo. A classificação considera a infraestrutura, os serviços e a sustentabilidade como requisitos que podem ser mandatórios, que devem ser atendidos 100% ou eletivos, que necessitam de 30% de validação e utiliza da simbologia de estrelas para determinar diferentes categorias que constam abaixo.

Figura 1: Classificação por estrelas do SBClass

<i>Hotel - de 1 a 5 estrelas</i>	★	★★★★★
<i>Resort - de 4 a 5 estrelas</i>	★★★★	★★★★★
<i>Hotel Fazenda - de 1 a 5 estrelas</i>	★	★★★★★
<i>Cama & Café - de 1 a 4 estrelas</i>	★	★★★★
<i>Hotel Histórico - de 3 a 5 estrelas</i>	★★★	★★★★★
<i>Pousada - de 1 a 5 estrelas</i>	★	★★★★★
<i>Flat/Apart-Hotel - de 3 a 5 estrelas</i>	★★★	★★★★★

Fonte: Sistema Brasileiro de Classificação de Hospedagem, 2011

Segundo o Artigo 7º da Portaria MTur N° 100 de 16 de junho de 2011, que institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), estabelece os critérios de classificação destes, cria o Conselho Técnico Nacional de

Classificação de Meios de Hospedagem (CTClass) e dá outras providências. Uma pousada se caracteriza como:

VI - Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs.

As pousadas são estabelecimentos comerciais de hospedagem, que se encontra em edifícios novos ou em edifícios históricos, com o design normalmente escolhido pelo proprietário do local, podendo ter estilos variados de alimentação. (Beni, 2007). Podem ser caracterizados com uma baixa quantidade de unidades habitacionais, café da manhã, podendo ofertar passeios ao redor da propriedade quando localizada em área natural. (Moretto Neto, 1999 p.15 *apud* Zanella e Angeloni, 2006, p.255) Segundo o Inventário da Oferta Turística do MTur (2011), pousada está inserida na classificação de meios de hospedagem como hotelaria já a parte do camping está inserida como outros meios de hospedagem.

Surgindo como uma alternativa de hospedagem que agrada um público mais diversificado, tornando acessível o conforto, descanso e lazer, as pousadas se destacam ao longo da história do turismo (Zanella e Angeloni, 2006). Segundo o IBGE, em 2016 o número de pousadas no Brasil, 9.968 estabelecimentos, só não era superior ao de hotéis, que chegou a 15.005.

2.2 CAMPING

São áreas fisicamente delimitadas, com infraestrutura e instalações, equipamentos e serviços para recepção e montagem que atendam as necessidades básicas para turistas que utilizam barracas ou trailer. O camping deve oferecer energia elétrica, água, local para higienização pessoal, alimentação e estrutura de lazer (Ribeiro, 2011).

As normas dos acampamentos turísticos se dá pelo Decreto nº 7.381 de 2 de dezembro de 2010 que Regulamenta a Lei no 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, e

dá outras providências e considera que acampamentos turísticos são áreas preparadas para montagem de barracas e estacionamento de reboques habitáveis, e deve conter instalações, equipamentos e serviços que facilitem a permanência do usuário. O local deve ter terreno adequado, acesso para veículos, área cercada, estacionamento para veículos, abastecimento de reservatório de água potável, tratamento de esgoto ou fossa séptica, instalações sanitárias de acordo com o número de usuários, tanques de lavagem e pias para limpeza, coleta de resíduos, recepção, serviço de vigilância, equipamentos básicos contra incêndio e treinamento básico de primeiros socorros. Além do que está descrito no decreto, o camping na pousada possui churrasqueiras, mesas e banquetas, energia elétrica (luz e tomadas), quiosques e plataformas para barracas.

Em conjunto com toda a infraestrutura, é necessário que a qualidade do que esteja sendo ofertado esteja de acordo com as expectativas do cliente, tema este que será abordado no capítulo seguinte.

3. QUALIDADE NA OFERTA TURÍSTICA

A qualidade dos bens e serviços é um fator crucial para a decisão de compra e de satisfação dos clientes na atualidade, estabelecendo uma relação de confiança que pode se tornar uma fidelização. A conjunção do mercado turístico é um esforço necessário para as relações interpessoais que sustentam a cadeia turística resultando no produto final de consumo (Boccardo, 2001; Las Casas, 2019).

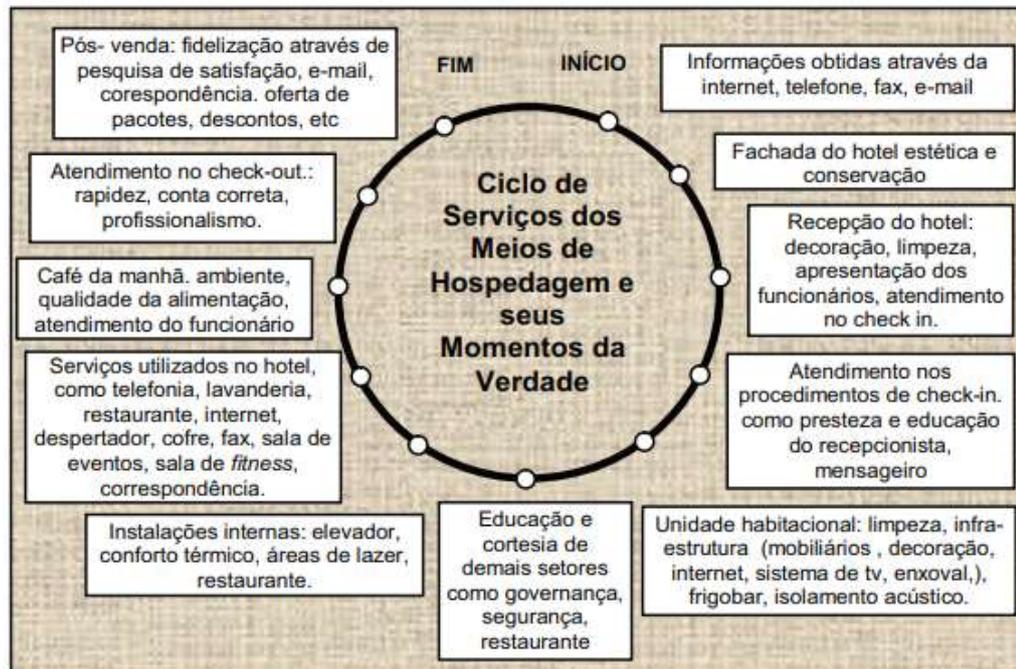
Os produtos precisam ter a qualidade necessária para que a fidelização ocorra. As principais ações que a empresa hoteleira dispõe para garantir a fidelização do cliente, através da qualidade no atendimento, é o comportamento adequado dos funcionários junto aos clientes (Nunes e Ribeiro, 2019).

3.1 QUALIDADE NA HOSPEDAGEM

Quando se trata de hospedagem, é necessário levar em conta desde a fachada do lugar, até o conforto da unidade habitacional, a organização e atendimento da recepção, o atendimento nas alimentações, todas as outras experiências que ocorrerão nas dependências do meio de hospedagem e o impacto que tudo isso vai causar ao hóspede (Almeida e Freitas, 2012). Segundo Vergara, Quesada e Blanco (2012, apud. Andrino, 2017), existem diversas variáveis em vista do hospede na escolha do hotel, como tamanho, localização, categoria, serviços agregados, estacionamento e preço.

A seguir está um Ciclo de Serviços para meios de hospedagem elencando todos os itens de vivencia (Almeida e Freitas, 2012).

Figura 2: Ciclo de Serviços para meios de hospedagem



Fonte: Almeida e Freitas (2009 *apud* Almeida e Freitas 2012)

O estudo da hospitalidade implica amplo e complexo contexto sociocultural a partir do momento em que se iniciam as relações, com troca de valores estilo de vida, sentimentos e significados, fatores especiais para a hotelaria (Beni, 2007).

O consumo de experiências diversificadas faz parte da satisfação de consumo de bens e serviços turísticos (Beni, 2007). Os aspectos que envolvem trocas no ambiente, em conjunto com a consciência de empregar o modo hoteleiro na forma de atender nos meios de hospedagem, afloram sentimentos que de alguma forma pode agregar valor ao serviço prestado e aos funcionários (Boccardo, 2001) logo no momento inicial do consumo do produto turístico.

Para que as pessoas se desloquem é necessário que o destino esteja ordenado, a diversidade de ofertas culturais, comerciais, gastronômicas, naturais, esportivas, arquitetônicas, entre outras diferentes dos encontrados no dia a dia devem estar de acordo com as expectativas e o bem estar do cliente (Ashton, 2008).

O produto final de um serviço é sempre um sentimento. Os clientes ficam satisfeitos ou não, conforme suas expectativas são alcançadas e excedidas, podendo ser diferentes para cada pessoa (Las Casas, 2019).

Através dessas percepções que o meio de hospedagem pode melhorar suas fraquezas e aumentar fortalezas, visto que quem mais consome os meios de hospedagem são os hóspedes (Almeida e Freitas, 2012). Se a empresa se interessa e considera importante a preparação devida dos seus funcionários isso se reflete na qualidade do serviço. Os serviços apresentam intangibilidade, ou seja, são abstratos e heterogêneos, mudando de cliente para cliente e devem ser considerados na prestação de serviço de qualidade, contudo, deve-se manter uma padronização de desempenho para que haja uma imagem coerente (Las Casas, 2019).

Partindo do ajuste dos processos e estruturas internas, a próxima grande transformação da gestão foca a atenção nos clientes e no mercado (Woodruff, 1997). Aumentando as chances de um cliente sentir que está em um ambiente adequado para usufruir, a imagem projetada dos destinos turísticos está diretamente ligada à sua reputação, tendo que estar à altura da expectativa dos visitantes e por se tratar de uma atividade intangível, o consumo do produto só é feito no momento em que o visitante chega ao local (Souza Junior e Feger, 2016).

Para ter ciência desses dados é necessário monitoramento contínuo, que pode ser utilizado para formulação de estratégias que podem fornecer vantagens em relação à satisfação de clientes (Freitas, 2007).

O que auxilia na quantidade de tendências que surgem, inclusive na hotelaria, é a globalização das informações, dando mais liberdade de escolha e aumentando o grau de exigência dos clientes. Para continuar no mercado é necessária uma atualização constante, sempre oferecendo ao cliente não só a hospedagem e alimentação e sim algo a mais, um diferencial (Junior e Mendes, 2011).

O capítulo a seguir apresenta o objeto de estudo, descrevendo a infraestrutura e os serviços que tiveram sua qualidade avaliada a partir desta pesquisa.

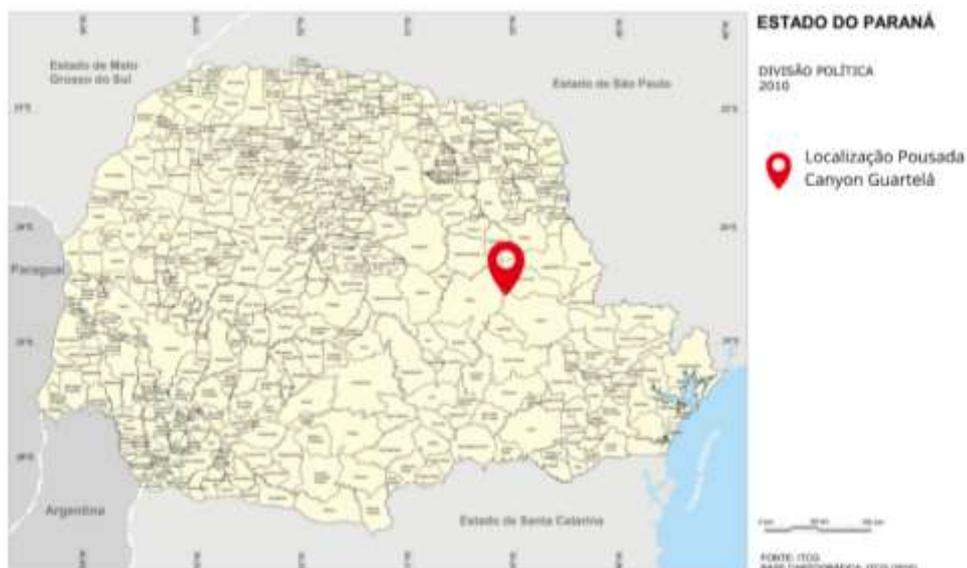
4. POUSADA CANYON GUARTELÁ

4.1 LOCALIZAÇÃO

A pousada *Canyon Guartelá*, objeto de estudo da presente pesquisa, está situada entre os municípios de Castro e Tibagi, a 124 quilômetros da capital Curitiba e 50 quilômetros da cidade de Ponta Grossa, principal cidade da região dos Campos Gerais do estado do Paraná. No aspecto geográfico, os Campos Gerais é uma área de aproximadamente 35.000 km² que se inicia na “Cuesta” da Escarpa Devoniana, separando o Primeiro e Segundo Planaltos Paranaenses e termina nos limites da Serra Geral entre os limites do Segundo e Terceiro Planaltos. Para auxiliar outras questões, como as políticas, históricas e econômicas, outras bases são adotadas para definição de “Campos Gerais”, como a AMCG (Associação dos Municípios dos Campos Gerais) que adota os municípios de Arapoti, Carambeí, Castro, Curiúva, Imbaú, Ipiranga, Ivaí, Jaguariaíva, Ortigueira, Palmeira, Piraí do Sul, Ponta Grossa, Porto Amazonas, Reserva, São João do Triunfo, Sengés, Telêmaco Borba, Tibagi e Ventania (Melo, Moro e Guimarães, 2014).

Os Campos Gerais são conhecidos pelas belezas cênicas de campos e escarpas, como formações rochosas em arenito do Parque Estadual de Vila Velha, Parque Estadual *Canyon Guartelá*, a cachoeira do Parque de Natureza Buraco do Padre, além da influência de imigrantes que se estabeleceram na região e que enriquecem ainda mais a oferta turística local.

Mapa 1: Localização da Pousada entre os municípios de Castro e Tibagi.



Fonte: Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES), 2010 – adaptado.

O município de Castro teve o início de sua colonização com a passagem dos tropeiros que seguiam com comboio de animais pelo Caminho de Viamão, (que ligava Viamão, no Rio Grande do Sul à Sorocaba, em São Paulo) e necessitavam de “invernadas”, ou seja, locais para descanso e reabastecimento das tropas, que abasteciam o mercado de gado que ia para Minas Gerais, estes cruzavam o Rio Iapó por lugares rasos, denominados “vaus”, dando origem ao Pousou ou Parada do Iapó e o Vau do Capão Alto. Em 1774, foi elevada a Freguesia de Sant’Ana do Iapó e em 1789 a Vila Nova de Castro, sendo desmembrado posteriormente os municípios de Guarapuava, Ponta Grossa, Tibagi, Piraí do Sul, entre outros. Castro se tornou cidade apenas em 1857, a primeira que surgiu após a emancipação das terras do Paraná da Província de São Paulo, em 1853 (IBGE, 1959).

O município de Tibagi teve seu início ligado ao desbravamento dos “sertões do Tibagi” em busca de ouro e pedras preciosas, em destaque o diamante, no leito do rio. A conquista das terras da Fazenda Fortaleza, até a margem direita do Rio Tibagi por Antônio Machado Ribeiro e seu compadre José Félix Novaes do Canto se tornou um marco para o desenvolvimento da região, essa região denominada Quartelá foi o início da tomada de terra e de acampamentos de garimpeiros. (IBGE, 1959, p. 502; Prefeitura de Tibagi, s.d.). “Muitas das pequenas aglomerações que conseguiram sobreviver após o ciclo do ouro e que se localizaram no caminho dos tropeiros se tornaram fazendas de pousou para as boiadas” (Medri, *et. Al.*, 2002, p. 72). Por não poderem legalizar as terras e ter tido problemas com José Félix, Antônio Machado decide expandir suas terras para o outro lado do Iapó, que assim estabelecidas foram legalizadas, em 28 de junho de 1794, surgiu o primeiro proprietário de onde hoje se encontra o município.

Com a construção da capela de Nossa Senhora dos Remédios, em 1836, doação de terras de Manoel das Dores em 1835, devido a uma promessa feita a sua esposa falecida, assim a comunidade estava pronta para se tornar Freguesia da Capela de Nossa Senhora dos Remédios em 1846. Em fevereiro de 1872, foi criada a Lei que eleva a Freguesia do Tibagi a Vila de Tibagi, lei que no mês seguinte se transformou no decreto que cria o município de Tibagi, instalado em janeiro de 1873 (IBGE, 1959, p. 502; Prefeitura de Tibagi, s.d.).

Deve ser notado que entre as cidades paranaenses que tiveram sua origem, de algum modo, ligado ao ciclo do tropeirismo, têm aproximadamente a mesma distância, cerca de 36 quilômetros, o correspondente ao que a tropa poderia andar

por um dia, marcando na história o envolvimento do tropeiro com os modelos de desenvolvimento das cidades da região (Frasson e Gomes, 2013, p.9).

A história e cultura locais em conjunto das belezas naturais complementam a oferta de produtos e destinos regionais, podendo ser exploradas a partir de sua origem e das características dos atrativos da região dos Campos Gerais, como o *Canyon* Guartelá.

4.2 CANYON GUARTELÁ

As paisagens milenares e a vegetação exuberante do *Canyon* Guartelá formam um patrimônio natural rico em geodiversidade e biodiversidade que chama a atenção há anos das pessoas que passam pela região.

Segundo Melo (2002) “o *Canyon* do Guartelá situa-se na porção centro-leste do Paraná estendendo-se por cerca de 30 km entre os municípios de Castro e Tibagi, em uma altitude de 800 a 1200m do nível do mar, com centro aproximado localizado nas coordenadas 24° 32'S e 50° 17'W.”, marcando a transposição da Escarpa Devoniana através do Rio Iapó. O local é bastante acidentado devido às atividades tectônicas que ocorreram no local e proximidades. Uma das demarcações dessa atividade é o eixo do “Arco de Ponta Grossa”, soerguimento que faz parte de um conjunto de fraturas e falhas, orientadas na direção NW – SE, que caracterizam a atividade tectônica que deu origem ao Atlântico Sul e são paralelas ao eixo de arqueamento, no período mesozóico (Guimarães, *et al.*, 2014).

Na região podem ser encontradas rochas de diferentes momentos evolutivos da Bacia do Paraná, mas com predominância as rochas sedimentares do Grupo Paraná (como o Arenito Furnas), onde é comum a irregularidade das rochas com lapas, cavidades e reentrâncias nas quais há acúmulo de água, areia de desgaste da rocha e material vegetal que persistem a ação do tempo e que estão expostos do período Devoniano, em uma camada abaixo, é encontrada a Formação Iapó, do período Siluriano e o Grupo Castro, do período Ordoviciano, onde corre o Rio Iapó (Melo, 2002).

A vegetação é predominantemente Floresta Ombrófila Mista Montana que ocupa planaltos acima de 500 metros de altitude nos estados do sul do Brasil (IBGE, 2012; Palhares, 2004), onde se destaca a *Araucária Angustifolia*, e é também predominada pelos campos nativos (Maack, 2012) pode ser observada a presença

do Cedro, Imbuia e Erva-Mate (*Ilex paraguayensis*) (Palhares, 2004). Devido ao arenito, o solo na região é raso e pobre, desfavorecendo o crescimento de vegetação de grande porte. Os campos são formados por uma biologia diversa, tanto na fauna quanto na flora, marcada por uma vegetação herbácea e arbustiva (Moro e Carmo, 2014).

O nome vem de origem histórica, contam os registros que um morador ciente de detalhes de um futuro ataque de indígenas Kaingangues, mandou avisar seu vizinho e terminou o recado com a frase “Guarda-te lá, que eu aqui bem fico”, isto ocorreu mais precisamente no Capão da Benfica, na Fazenda Santo Antônio, à margem direita do Rio Iapó (IAP, 2002).

O Parque Estadual do Guartelá, conhecido como o sexto maior *canyon* em extensão, teve origem pelo Decreto nº 2.329 de 24 de setembro de 1996, e está sob os cuidados e gestão do Instituto Água e Terra (IAT) e faz parte das 99 Unidades de Conservação no estado (IAT, 2024). Com uma superfície de 798,97 hectares, a Unidade de Conservação está localizada no município de Tibagi, no bairro Guartelá de Cima, fazendo limite ao norte e ao leste com o Rio Iapó, sendo denominado *Canyon* do Rio Iapó, a noroeste com propriedades particulares e a sudoeste com o Arroio Pedregulho (IAP, 2002).

A área do parque, de extrema beleza paisagística, já foi alvo de visitação desordenada, acarretando impactos negativos, afetando áreas do parque e seus patrimônios arqueológicos, histórico-culturais e ecológicos, sendo assim, foi criada a Unidade de Conservação com o objetivo de assegurar a preservação dos ecossistemas típicos, para manutenção de remanescentes de mata nativa como a floresta de araucária, preservação de fontes e nascentes, preservação da fauna local e sítios arqueológicos, e regulamentar a atividade turística (IAP, 2002).

A atividade turística foi regulamentada e atualmente o visitante chega ao Centro de Visitantes, que possui estacionamento, sanitários, materiais educativos e água potável, preenche seu cadastro e recebe regras e informações sobre o parque e pode escolher o que deseja visitar. Existem trilhas interpretativas com visita às formações rochosas, ao Rio Iapó e as panelões, sítios pré-históricos e de observação da biodiversidade e que estão abertas em dias não chuvosos.

As trilhas do parque levam a diversos atrativos que foram formados a partir da ação da natureza, com a Trilha Básica que possui cinco quilômetros de extensão, é autoguiada e de grau médio de dificuldade e dá acesso aos panelões do Arroio

Pedregulho, lapas, grutas, fendas e outras formações rochosas, como a Ponte de Pedra, esculpida pela ação da cachoeira, Cachoeira da Ponte de Pedra, que surge do Córrego Pedregulho, além de lapas, grutas, fendas e outras formações areníticas (IAT, s.d.)

A Trilha das Pinturas Rupestres é guiada e possui seis quilômetros de extensão, ele engloba a trilha básica e leva os visitantes para conhecerem as pinturas rupestres que datam de aproximadamente sete mil anos e também à diversos mirantes naturais com vista para o *canyon*. O acesso é permitido somente com um condutor, o passeio deve ser previamente agendado com uma agência de turismo local (IAT, s.d.)

O Parque Estadual do Guartelá recebeu 9.677 turistas no primeiro semestre de 2023 (Prefeitura de Tibagi, 2023), mostrando que ocorre atividade turística na região, necessitando de apoio de infraestrutura e serviços turísticos e de apoio, e podendo se desenvolver mais.

Próxima a Unidade de Conservação situa-se a Pousada do Canyon Guartelá, que leva este nome pela proximidade com o *canyon* do rio Iapó e é uma opção a aqueles que visitam a região.

4.3 ESTRUTURA E SERVIÇOS DA POUSADA DO CANYON GUARTELÁ

A Pousada do *Canyon* Guartelá, situada entre os municípios de Castro e Tibagi, na localidade Iapó, teve seu início no mês de agosto de 1997, com a ideia de preservar e aproveitar as belezas naturais do local, e foi fundada pelo senhor Izidro Constantino Guedes, que possui a propriedade desde 1979 e sempre foi entusiasta do turismo e da preservação ambiental, colaborando no processo de formação do Parque Estadual do Guartelá (Pousada do *Canyon* Guartelá, 2023).

O local possui ao todo 2.662.000 metros quadrados, sendo 40 alqueires no município de Castro e 70 alqueires no município de Tibagi, e se encontra no final da Estrada da Ponte de Zinco, que termina já na portaria e recepção da pousada. A infraestrutura da pousada possui restaurante, lanchonete, palco para shows, 26 quilômetros de trilha, 14 quilômetros de estrada, um parque aquático e diversos ambientes integrados à natureza para os visitantes, “ambientes temáticos para meditação com áreas de descanso em meio à mata, com a presença de cachoeiras (Mochiutti, Guimarães e Melo, 2011, p.660).

O empreendimento é palco de encontros da comunidade Raul Seixista, que se encontra todo ano no mês de março para celebrar o cantor e o fechamento do verão, o Festival Maluco Beleza Fest completou sua 22ª edição no ano de 2024 e já contou com a presença de amigos e músicos de Raul Seixas, como Sylvio Passos, grande amigo e portador do acervo de roupas, fotos, documentos e objetos do Raul e fundador do primeiro fã club do cantor.

Figura 3: (a) Cartaz Maluco Beleza Fest 2024; (b) Sylvio Passos (esquerda) na Cúpula do Relâmpago Dourado; (c) Parte do público da 17ª edição.



Fonte: (a) Izidro Guedes (2024); (b) Izidro Guedes (2020); (c) Izidro Guedes (2018).

Junto com toda a estrutura da pousada, dentro da mesma propriedade está localizada a Reserva Particular do Patrimônio Natural São Francisco de Assis, sob a Portaria IAP N°064, de 30 de março de 1998 (IAP, 1998), com o total de 20 hectares, com diversas espécies de árvores nativas (cedro, imbuia, erva-mate, entre outras), com mais de 400 mil árvores, caracterizando o maior reflorestamento de imbuia do mundo (IAP, 1998; Pousada *Canyon Guartelá*, s.d.).

Para descrever a estrutura da pousada, que compreende uma área extensa onde as acomodações, camping e atrativos não estão distribuídos de forma homogênea, esta foi dividida em cinco partes, denominadas de “A” a “E”, sendo: “A” a área da recepção, “B” a área dos *campings* Do Silêncio e Geração Alternativa, “C” toda a área restante que fica à margem do rio, a Cidade do Rock e a Ilha do Caju e proximidades, a área “D” é onde está o Parque Aquático e a área “E” foi denominada como área Mística, por englobar a maioria das atrações que envolvem o tema e a Trilha do São Francisco.

Mapa 2: Divisões das áreas da Pousada Canyon Guartelá



Fonte: autora (2024)

4.3.1 Recepção (A)

Na área da portaria e recepção (A) se encontra uma cancela de entrada, a recepção, o Armazém do Turista, o Restaurante Dom Mauro, estacionamento, dois banheiros femininos e dois masculinos, quinze apartamentos, uma casa de uso de empregados, início da Trilha dos Cachorros, Alameda Paranoia, a Cúpula do Relâmpago Dourado, a Sala de Jogos Moacir Elias Fadel, o Auditório Prof. Nicolau Hampf, a Estação Saudade, “Minha Cidade”, Monumento Raul Seixas, a Casa Central, o Imbuia-fone, a Praça do Chimarrão, a Piazza Della Música e a Trilha dos Passos Perdidos.

Figura 4: Memorial Raul Seixas



Fonte: autora (2024)

O Monumento Raul Seixas é um ponto com grande procura para fotos e se encontra em local de destaque pela proximidade do cantor com o proprietário do estabelecimento, e é formado por uma réplica do Corcel 73 do cantor, réplica da fachada da casa onde o Raul nasceu, fotos e canções, o símbolo do Relâmpago Dourado e uma estátua do cantor.

Figura 5: Oração da Árvore e placa indicativa



Fonte: autora (2024)

Um dos princípios mais levado à risca na propriedade é o cuidado com a natureza e seus recursos. O espaço é manuseado com ações de sustentabilidade, como reaproveitamento de resíduos orgânicos para compostagem, reciclagem de materiais, reaproveitamento de água, reflorestamento de espécies nativas, o Projeto Reciclar que utiliza garrafas e pneu para construção de estruturas na pousada, entre outras ações. E para demonstrar esse cuidado com o meio ambiente foi criado o Monumento a Árvore, onde está descrita uma oração que pede proteção a natureza. Também podem ser vistas diversas placas de sinalização espalhadas pela propriedade para indicar caminhos para os atrativos e orientar os visitantes.

Figura 6: “Minha Cidade”



Fonte: autora (2024)

O atrativo “Minha Cidade” é inspirado em figuras ilustres e comércios tradicionais da cidade de Castro, e surgiu como uma forma de homenagear a cidade que acolheu o proprietário em sua chegada ao Paraná.

Figura 7: Entrada da Pousada



Fonte: autora (2024)

A Estrada do Zinco, único caminho que leva até a pousada, finaliza em frente a recepção, sendo o último lugar na estrada. O visitante, ao chegar se depara com a cancela de entrada, placas indicativas e ao fundo o paredão do canyon Guartelá no horizonte.

Figura 8: Cúpula do Relâmpago Dourado



Fonte: autora (2024)

A Cúpula do Relâmpago Dourado surgiu como uma homenagem a Raul Seixas e Sylvio Passos, fundador do fã-club de mesmo nome. A Cúpula na Pousada serve para reuniões de fã-clubes que marcam encontro no local e utilizam do espaço.

Figura 9: Armazém do Turista



Fonte: autora (2024)

Figura 10: Recepção



Fonte: autora (2024)

O Armazém do Turista oferece produtos para a estadia dos visitantes, como repelente, lâmpada, carvão, grelha, gelo, bebidas, protetor solar, itens de higiene pessoal e salgadinhos, e outros alimentos. Há alguns artesanatos locais e souvenirs para vender, mas nada em grande quantidade. A loja fica anexada a recepção, e possui alguns objetos antigos em exibição.

Figura 11: Sala de Jogos



Fonte: autora (2024)

A sala de jogos fica em frente a recepção e conta com 3 mesas de sinuca e 1 mesa de pebolim, 2 banheiros e um auditório desativado. Nas paredes, fotos de famosos que visitaram a pousada, como o humorista Ary Toledo, a jornalista Dulcineia Novaes, políticos locais, entre outros.

Figura 12: Banheiro ao lado da recepção.



Fonte: autora (2024)

Um dos quatro banheiros coletivos da pousada, o banheiro da recepção conta com duas cabines, duas pias, e é dos dois banheiros coletivos que possui trocador.

Figura 13: Restaurante Dom Mauro



Fonte: autora (2024)

No Restaurante Dom Mauro é servido café da manhã aos hóspedes e também oferece um cardápio com lanches, porções e pratos *a lá carte*. O local conta com espaço para 50 pessoas.

4.3.2 Ilha do Carlão (B)

Na área da Ilha do Carlão (B) se encontram o Lago do Carlão, os *campings* Do Silêncio e Geração Alternativa, quatro banheiros e quatro chuveiros (metade masculino e metade feminino), o Restaurante do Xanda (fechado), churrasqueiras e pias, os sete Chalés Normais, o Chalé do Alemão, estacionamento, a Fonte da Amizade, a Fonte das Damas, Trilha dos Jesuítas, Mirante das Corredeiras, Praça dos Políticos, Rio Iapó e a *Vuelta del Comedor*.

Figura 14: (a) *Vuelta del Comedor*; (b) Restaurante do Xanda; (c) Fonte das Damas; (d) Área de descanso no Camping do Silêncio.



Fonte: autora (2024)

Figura 16: Camping Geração Alternativa



Fonte: autora (2024)

Nesta área da pousada há diversos lugares para descanso e lazer, área de *camping* com e sem cobertura, incluindo churrasqueiras, mesas, bancos, locais para estacionamento e tomadas por toda a área.

Figura 16: Trilha dos Jesuítas



Fonte: autora (2024)

A Trilha dos Jesuítas é uma das mais belas da pousada, ela segue ao lado do rio Iapó e podem ser contempladas algumas corredeiras em conjunto com a natureza intocada da outra margem do rio, que também faz parte da área da propriedade da pousada.

Figura 17: Banheiro do Camping Geração Alternativa



Fonte: autora (2024)

O banheiro do camping Geração Alternativa é o mais afastado de outras estruturas da pousada, ele se encontra mais imerso em meio às árvores, todas as instalações funcionam.

Figura 18: Ilha do Carlão



Fonte: autora (2024)

Na Ilha do Carlão foram instaladas estruturas para o camping, como tomadas, bases para barracas, mesas, cadeiras, pia e churrasqueira. É uma área com foco para atender grupos que desejam acampar unidos no mesmo local para compartilhar o momento e mantimentos.

4.3.3 Cidade do Rock e Ilha do Caju (C)

Na área C, pode ser encontrada a Cidade do Rock, as Churrasqueiras das Vovós, a Ilha das Frutas, o Rio Iapó, a Trilha Encantada, o Rancho do Caju, o Recanto Dona Odilla, o *playground*, a área de esportes, área de *camping*, estacionamento, banheiros femininos e masculinos, com quatro cabines sanitárias e

quatro chuveiros cada. Futuramente será instalada a hospedaria, com espaço para 40 pessoas.

Figura 19: Cidade do Rock



Fonte: autora (2024)

A cidade do rock é outra área de camping que chama a atenção por homenagear diversos artista do gênero musical, como Rita Lee e Roberto de Carvalho, Elvis Presley, entre outros. Nesta área é possível deixar a barraca embaixo de uma estrutura coberta que possui tomada, bocal para lâmpada, pia e churrasqueira.

Figura 20: Banheiros na Cidade do Rock



Fonte: autora (2024)

O banheiro da Cidade do Rock é o maior dos quatro banheiros coletivos, contando com quatro cabines para privadas, quatro chuveiros e quatro pias, todos funcionando.

Figura 21: Rio Iapó



Fonte: a autora (2024)

O rio Iapó corta a propriedade da pousada, assim como corta os paredões do *canyon* Guartelá, sendo um atrativo para aqueles que gostam de pescaria, nadar, acampar na beira do rio, ou simplesmente fazer um piquenique. Na margem do rio, por ser uma área de *camping*, estão instaladas churrasqueiras, tomadas, pias e locais para montagem de barraca.

Figura 22: Playground e quadras de esportes



Fonte: a autora (2024)

Figura 23: Esculturas



Fonte: a autora (2024)

Na área do *playground* há uma quadra de futebol de areia, uma pequena quadra com uma tabela de basquete, escorregar, balanço e gangorra. Para deixar o espaço mais lúdico foram instaladas diversas esculturas de metal, como um helicóptero, um submarino amarelo em homenagem ao grupo *The Beatles* e o foguete.

4.3.4 Parque Aquático (D)

Na área “D”, pode ser encontrado o Parque Aquático com três tobogãs, os Chalés Pirâmide, a Trilha dos Cachorros, quatro banheiros e quatro chuveiros femininos, e o mesmo número para os masculinos, a lanchonete da piscina com mesas e cadeiras, o palco, Espaço Iran Demario Christoforo, área de *camping*, churrasqueira e estacionamento.

Figura 24: Bar da Piscina



Fonte: a autora (2024)

O bar da piscina é uma das áreas mais frequentadas, são ofertadas bebidas temáticas da pousada, bebidas comuns e salgados. No entanto, o bar encontra-se fechado, não havendo outro local de venda de alimentos e bebidas fora da recepção/conveniência.

Figura 25: Área da Piscina



Fonte: a autora (2024)

A piscina, segundo o proprietário, possui 1 milhão de litros de água, conta com três tobogãs grandes e um infantil, possui dois quiosques, mesas e cadeiras de plástico e treze bancos de concreto. O piso é apropriado para a área e está em ótimas condições.

Figura 26: Infraestrutura do Parque Aquático



Fonte: a autora (2024)

Em todo o momento que a piscina está aberta e possui pessoas frequentando a área da piscina, um salva-vidas fica de prontidão atendendo. Há também 10 espreguiçadeiras de plástico e 5 de concreto na área superior da piscina. O horário de funcionamento dos tobogãs é das 9:30 às 17:30.

Figura 27: Espaço do Palco



Fonte: a autora (2024)

O palco recebe artistas em eventos, principalmente no Maluco Beleza Fest feriadados como carnaval e ano novo. Não possui equipamentos de som, sendo necessário a contratação de equipamentos quando há eventos. O Espaço Iran Demario Christoforo, é um deck de madeira que possui cadeiras e mesas de metal criando um espaço para os turistas se alimentarem e descansarem em uma área coberta.

Figura 28: Banheiro da piscina



Fonte: a autora (2024)

O banheiro da piscina é outro banheiro que possui trocador, chuveiro, privadas e pias. É bastante utilizado por ficar em uma das áreas mais movimentadas da pousada, sendo fundamental a manutenção e limpeza frequentes.

4.3.5 Área Mística

Na área “E”, a área Mística, nome este escolhido pela autora para designar a área onde há maior concentração de espaços para meditação e monumentos religiosos, é encontrada a Alameda das Acácias, a Arca da Aliança, a Área de Meditação, o *Belvedere* Neodo Carlos Pereira, a Cabana de Madeira da Mata Fria, a Câmara do Templo de Salomão, o Mistério de São Francisco, a Mata Fria, o Olho que Tudo Vê o Ponto Egípcio, o Círculo Místico dos Druidas, a Porta Entre os Dois

Mundos, a Cruz de Caravaca, a Escada de Jacó com 33 degraus, a Estátua de São Francisco com seis metros de altura feita em aço, a estátua do Homem Se Esculpindo, o Jardim das Estátuas, a Trilha dos Bêbados, o Templo de Salomão com triângulos de diversas lojas maçônicas difundidas pelo mundo, a Pedra do Coração, a Trilha do Táu que tem o monumento de mesmo nome a 1000 metros de altitude que marca o local da primeira missa no *Canyon* Guartelá (Guedes, 2019), a Trilha de São Francisco, a Porta de Raquel, Trono da Reflexão, Trilha Osni Gomes, Trilha dos Quatis, Trilha dos Namorados, Trilha dos Alpinistas, Trilha Difícil, Trilha de Santa Clara, as Lágrimas de Santa Clara e a Trilha das Águas.

Figura 29: Trilha de São Francisco



Fonte: autora (2024)

A Trilha de São Francisco leva a diversos locais de contemplação da natureza, como o *Belvedere* Neodo Carlos Pereira, onde está instalado o Tau, marca de São Francisco de Assis. As Lágrimas de Santa Clara, que forma uma leve cascata da água que infiltra na rocha e na vegetação que se utiliza dos paredões. E a Estátua de São Francisco que está a mil metros de altitude, possui 6 metros, feita em aço e está a 1.170 metros de altitude.

Figura 30: Templo de Salomão



Fonte: autora (2024)

O Templo de Salomão, segundo o proprietário Izidro Guedes, é o único templo maçom a céu aberto, é utilizado para cerimônias maçônicas e casamentos. Sua decoração é feita por símbolos importantes para a filosofia maçônica e ao redor possui triângulos que homenageiam lojas maçônicas propagadas pelo mundo. O templo possui assento para 30 pessoas.

Figura 31: Mata Fria



Fonte: autora (2024)

A Mata Fria, chamada assim devido a grande mudança de temperatura percebida ao adentrar no começo da mata, é um dos locais mais silenciosos da pousada. A pequena cascata completa a paisagem em conjunto com a Casa da Bruxa, chamada assim pelo seu aspecto envelhecido e escuro. A madeira desta casa foi feita a partir da primeira casa existente na propriedade, que foi preservada por uma mistura de substâncias que incluem piche.

Figura 32: (a) Círculo dos Druidas; (b) Porta Entre Dois Mundos; (c) Pedra do Coração.



Fonte: autora (2024)

Esta área do Círculo Druida é uma área rústica destinada a meditação e autoavaliação e é o primeiro atrativo na área onde tem mais monumentos religiosos. Possui escrituras em placa de metal em homenagem ao *canyon*, bancos ao redor do “ponto de energia”

Figura 33: Cruz de Caravaca



Fonte: Autora (2024)

A Cruz de Caravaca é um símbolo espanhol utilizado para demonstrar devoção, mas também pode ser utilizado como um símbolo de proteção, como neste caso. Em frente a ela existe uma pira, onde pode ser depositado um papel onde está escrito o que você deseja eliminar de sua vida, que deve ser queimado simultaneamente a uma prece feita.

4.3.6 Hospedagem

A Pousada possui cinco tipos de acomodação, que atualmente estão passando por processo de *retrofit*, ["*retro*", do latim, significa movimentar-se para trás e *fit*, do inglês, adaptação, ajuste] (Barrientos, 2004, p. 24), ou seja, estão passando por um processo de atualização. Uma hospedaria que está sendo construída, totalizando 164 leitos, segundo Bárbara Guedes, a recém dirigente da pousada e neta do proprietário, essas acomodações estão descritas abaixo em conjunto com a área de *camping*, que totalizam 564 consumidores de meios hospedagens simultaneamente na pousada.

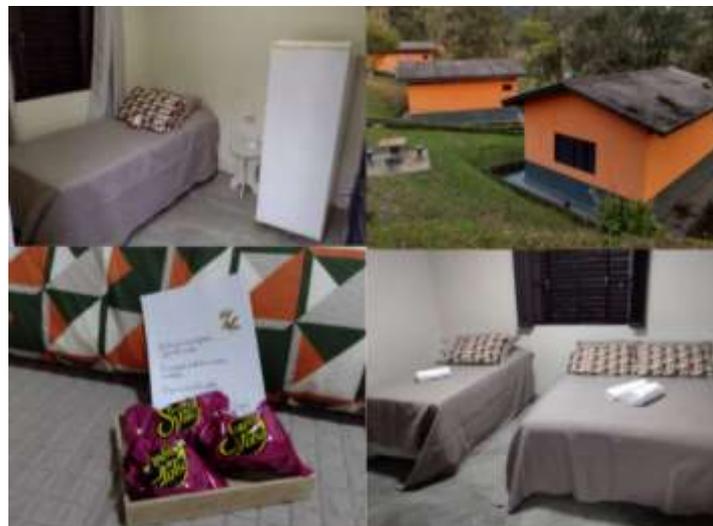
Quadro 1: Acomodações da Pousada Canyon Guartelá

Acomodações	Unidades Habitacionais	Número de leitos por UH	Número de leitos total
Chalé Normal	7	4	28
Chalé Alemão	1	6	6
Chalé Pirâmide	4	4	16
Casa central	1	14	14
Apartamentos	15	4	60
Hospedaria	1	40	40
Camping	-	-	400
TOTAL			564

Fonte: Pousada Canyon Guartelá, 2024.

- Chalé Normal: capacidade para quatro pessoas, podendo atender até 28 pessoas. Possui cama *Box*, cozinha completa, banheiro, televisão, aquecedor, ventilador, estacionamento e churrasqueira.

Figura 34: Chalé Normal



Fonte: Autora (2024)

- Chalé Alemão: capacidade para seis pessoas, possui dois quartos, camas de casal e solteiro, sofá cama, sala, cozinha, aquecedor, ventilador, banheiro, televisão, estacionamento e churrasqueira coberta.

Figura 35: Chalé do Alemão



Fonte: Autora (2024)

- Chalé Pirâmide: capacidade para quatro pessoas, atendendo até 16 pessoas, possui dois quartos individuais, um com uma cama de casal e o outro com duas camas de solteiro, além de banheiro, ventilador, televisão, geladeira, churrasqueira, mesa coberta, pia e estacionamento, incluso café da manhã, roupas de cama e de banho. Atualmente se encontra fechado para *retrofit*.

Figura 36: Chalé Pirâmide



Fonte: Autora (2024)

- Casa Central: capacidade para catorze pessoas, podendo acomodar até 18, possui quatro quartos, sendo uma suíte, três banheiros, sala de estar e televisão, mesa de sinuca, lareira, cozinha completa, churrasqueira ampla, varanda e estacionamento, não está incluso o café da manhã.

Figura 37: Casa Central



Fonte: Autora (2024)

- Apartamento: capacidade para quatro pessoas e possui camas-box, banheiro, armário, ventilador, sala de televisão coletiva, e anexa à sala de jogos, incluso café da manhã, roupas de cama e de banho.

Figura 38: Processo de *retrofit* nos apartamentos



Fonte: Autora (2024)

- Hospedaria: área em construção que abrigará dois quartos, um feminino e um masculino, com dez beliches e dois chuveiros e dois sanitários cada, cozinha, churrasqueira, refeitório e televisão.

Figura 39: Hospedaria



Fonte: Autora (2024)

- A área de *camping*, com capacidade para até 400 pessoas possui banheiros com chuveiros quentes, energia elétrica 110 volts, tomadas churrasqueiras, pias e mesas, não está incluso o café da manhã.

Figura 40: Áreas de *camping*



Fonte: Autora (2024)

Para todos aqueles que chegam à pousada, é entregue um kit com amenites, independente da hospedagem escolhida, incluindo o camping, e contém sabonete, shampoo, condicionador e papel higiênico.

Figura 41: Amenites oferecidos aos hóspedes



Fonte: autora (2024)

4.3.7 Serviços e atrativos

Os serviços ofertados pela pousada atualmente são os serviços de recepção por 12 horas, conveniência, café da manhã, restaurante e hospedagem temporária.

As atrações e atividades que podem ser encontradas nas dependências da pousada estão descritas no quadro abaixo, divididas entre atrações e atividades naturais e artificiais.

Quadro 2: Atrações e atividades naturais da Pousada Canyon Quartelá

Trilha de São Francisco	Rancho do Caju
Alameda das Acácias	Recanto Dona Odilla
Mirante das Corredeiras	Recanto Frei Guido e Frei Lalau
<i>Vuelta del Comedor</i>	Trilha dos Quatis
Mata Fria	Rio Iapó
Ilha das Frutas	Jardim das Estátuas
Praça dos Políticos	Trilha da Santa Clara
Lago do Carlão	Lágrimas de Santa Clara
Trilha dos Cachorros	Pedra do Coração
Trilha dos Namorados	Área da Meditação
Trilha Osni Gomes	Oração da Árvore
Círculo Místico dos Druidas	Trilha dos Jesuítas
Trilha dos Alpinistas	Trilha dos Passos Perdidos
Trilha dos Bêbados	Trilha do Tau
Trilha Difícil	

Fonte: autora (2024)

Quadro 3: Atrações e atividades artificiais da Pousada Canyon Guartelá

“Minha cidade”	Fonte das Damas
Arca da Aliança	Homem se esculpindo
Restaurante Dom Mauro	Imbuia-fone
Armazém do Turista	Templo de Salomão
Auditório Prof. Nicolau Hampf	<i>Playground</i>
Belvedere Neodo Carlos Pereira	Área de Esportes
Cabana de Madeira da Mata Fria	Porta de Raquel
Câmara do Templo de Salomão	Sala de Jogos Moacir Elias Fadel
Carro de Fórmula 1	Mistério de São Francisco
Cidade do Rock	Monumento Raul Seixas
Churrasqueiras das Vovós	Restaurante do Xanda (fechado)
Porta Entre Dois Mundos	Estátua de São Francisco
Cruz de Caravaca	Olho que tudo vê
Cúpula do Relâmpago Dourado	Piazza Della Música
Escada de Jacó	Ponto Egípcio
Estação Saudade	Praça do Chimarrão
Parque Aquático	Espaço Iran Demario Christoforo
Fonte dos Anjos	Roda de Fogo

Fonte: autora (2024)

5 METODOLOGIA

Foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa e quantitativa, de caráter exploratório que proporciona um entendimento do problema da pesquisa, tornando-o claro e possui planejamento flexível, considerando aspectos diversos e relativos ao objeto de estudo (Selltiz *et al.*, 1967, p. 63 *apud.* Gil, 2017, p.32). Em um primeiro momento, para descrever o modo como é vista a qualidade nos serviços turísticos, ter um grau comparativo principalmente nos meios de hospedagem e para compor parte da contextualização e da metodologia foi elaborada uma pesquisa bibliográfica, que permite uma abrangência maior de fatos, baseada em livros, pesquisas e revistas acadêmicas (Gil, 2017). Para desenvolver a contextualização do objeto de estudo, desde sua localização até sua formação, foi utilizada uma pesquisa documental em materiais como mapas, fotos, materiais promocionais, o site da pousada, documentos institucionais, documentos jurídicos e legislativos e registros estatísticos (Gil, 2017).

Foram feitas três visitas à pousada, como procedimentos de campo, na primeira visita, que ocorreu no mês de janeiro de 2024, foi elaborado o questionário de demanda e de satisfação, sendo adaptado com base na inspeção local, com questões abertas e fechadas (Dell-Masso, Santos e Cotta, 2014).

A técnica de levantamento de dados através da observação apresenta vantagens como a independência interpessoal para obtenção de dados, a observação detalhada do ambiente, o acompanhamento da rotina tanto do hóspede quanto da pousada (Calado, 2012). Na segunda e na terceira visitas (que ocorreram em março e abril) foram iniciados os registros fotográficos, foram aplicados questionários com hóspedes que estavam circulando pela pousada.

Para caracterizar os serviços e a infraestrutura foi aplicado o método TOURQUAL, nome que deriva dos termos “*tourism*” e “*quality*” e criado por Tiago Mondo. É um protocolo apresentado como resultado de tese de doutorado, que foca na qualidade percebida em serviços turísticos, subsidiando planejamentos futuros a partir da análise da opinião de clientes, este método aborda os principais autores da área de qualidade de serviços, apresentando ao mercado uma possibilidade de mensurar a qualidade da oferta turística (Mondo, 2014).

Foi utilizado o Modelo Preliminar, que possui 35 indicadores comparando com o modelo final que possui somente 23, e atendem a composição do objeto de estudo, sendo ordenadas segundo a lógica da execução do serviço, com a chegada no atrativo, contato com os funcionários, segurança e a qualidade técnica (Mondo, 2014).

As modificações de indicadores quando comparado ao modelo final TORQUAL, na dimensão Acesso se mantém os indicadores “estacionamento” e “sinalização externa”, que são fatores necessários para avaliação da pousada por ter uma ampla área de estacionamento e 27 quilômetros de estrada de terra com alguns pontos de sinalização marcando o caminho, o indicador “Espera pelo serviço” refere-se às filas.

Na dimensão Ambiente o indicador “Temperatura” não engloba o indicador “Acústica”, que não foi visto necessidade de análise por se tratar de um ambiente majoritariamente aberto, porém é avaliado o indicador “Silêncio” que é significativo para pesquisa devido às regras de som alto, ao próprio *Camping* do Silêncio, locais para contemplar o som da natureza e locais para meditação; Na dimensão Elemento Humano é notada a adição no Modelo Preliminar da “proatividade do atendente” no indicador “Antecipação”, adição dos indicadores “Aparência limpa e profissional do atendente”, “Atendimento às reclamações”, um ponto que foi mencionado por frequentadores, “Capacidade e resolução de problemas”, “Sensibilidade Cultural”, fator avaliado devido ao misticismo do local e a diversidade de crenças dos turistas

que frequentam a pousada, e a “Confiança”, fator crucial para fidelização do cliente (Nunes e Ribeiro, 2019; Boccardo, 2001; Las Casas, 2019), como citado anteriormente.

Na dimensão Experiência é adicionada a “Fuga da rotina” no indicador “Evasão”, que deve ser considerado propriamente pela pousada ser conhecida como um local para “se desligar do mundo”.

A dimensão segurança engloba “Aviso de sistema de incêndio”, que deve ser pontuado em razão da grande área florestal e infraestrutura que podem sofrer com um possível foco de incêndio, além da “Segurança nas transações”, devido às diversas formas de pagamento.

Na Qualidade Técnica, em conjunto com o preço é avaliado “Bom serviço, custo e preço”, a “Capacidade do atendimento”, “Comunicação externa” que é outro ponto citado por hóspedes em conversas informais, “Inovação no serviço”, “Pronta resposta a solicitações” e a “Sinalização interna”, como é uma área ampla, a sinalização interna deve estar de acordo com a infraestrutura indicada na sinalização.

O modelo preliminar, assim como o modelo final, é dividido em seis dimensões, segundo Mondo (2014) elas são:

Quadro 4: Dimensões e Indicadores do Modelo Preliminar do Método TOURQUAL.

Dimensão	Indicador
Acesso	Acessibilidade/ Localização/Estacionamento
	Acessibilidade PCD
	Banheiros acessíveis
	Espera pelo serviço – Filas
	Facilidade de compra
	Horário de Funcionamento
	Sinalização Externa
Ambiente	Temperatura
	Lugar confortável e convidativo
	Silêncio
Elemento Humano	Antecipação – Proatividade do atendente

	Aparência limpa e profissional dos funcionários
	Apresentação do serviço ao cliente
	Atenção do funcionário para o cliente
	Atendimento em reclamações
	Capacidade de resolução de problemas
	Confiança do turista no atendente
	Conhecimento do atendente
	Sensibilidade cultural no atendimento
Experiência	Aprendizado no atrativo
	Entretenimento do atrativo
	Estética – Beleza do atrativo
	Evasão – Fuga da rotina que o atrativo dá
Segurança	Aviso do sistema de incêndio
	Segurança
	Segurança e proteção do cliente nas transições
Qualidade técnica	Bom serviço, custo e preço
	Capacidade de atendimento
	Comunicação externa
	Condições climáticas
	Inovação no serviço
	Manutenção de equipamentos e ambiente
	Pronta resposta as solicitações
	Sinalização interna
	Tecnologia

Fonte: Mondo (2014)

A dimensão de Acesso é o primeiro contato com o atrativo ou prestador e engloba o fato de o turista conseguir chegar ao local e consiga desfrutar de modo adequado. Nela estão inseridos os indicadores Acessibilidade/Localização/Estacionamento, Acessibilidade PCD, Banheiros acessíveis, Espera pelo serviço - filas, Facilidade de compra, Horário de Funcionamento e Sinalização Externa.

A dimensão Ambiente leva em consideração atmosfera do serviço, ou seja, o efeito que o ambiente acarretará no turista e contará para a qualidade. Os indicadores são: Temperatura, Lugar confortável e convidativo e Silêncio.

A dimensão Elemento Humano, onde se avalia o comportamento do empregado, sua aparência limpa e profissional em conjunto com o modo que executa o serviço e se mostra prestativo ao turista. Dentro dessa dimensão os indicadores são Antecipação – Proatividade do atendente. Aparência limpa e profissional dos funcionários, Apresentação do serviço ao cliente, Atenção do serviço ao cliente, Atenção do funcionário para com o cliente, Atendimento em reclamações, Capacidade de resoluções de problemas, Confiança do turista no atendente, conhecimento do atendente, Sensibilidade cultural no atendimento.

A dimensão de Experiência e suas dimensões são caracterizadas como elementos de qualidade de serviços, elas têm relação com ao quanto o turista consegue aproveitar e emergir no espaço e nas atividades ofertadas e o quanto este ambiente está bem organizado e adequado para receber as pessoas. Como indicadores na dimensão têm Aprendizado no atrativo, Entretenimento do atrativo, Estética – Beleza do atrativo e Evasão – Fuga de rotina que o atrativo dá.

A dimensão Segurança envolve a segurança física, mental e financeira dos hóspedes, o que mostra que o empreendimento se preocupado com a presença do hóspede fazendo-o se sentir sem preocupações durante a estadia. Os indicadores dessa dimensão são: Aviso do sistema de incêndio, Segurança e Segurança e proteção do cliente nas transições.

A última dimensão é a de Qualidade Técnica, é onde a qualidade que o consumidor realmente recebe é avaliada, principalmente na prestação de serviços. Os indicadores são: Bom serviço, custo, preço, Capacidade de atendimento, Comunicação externa, Condições climáticas, Inovação no serviço, Manutenção de equipamentos e ambiente, Pronta resposta as solicitações, Sinalização Interna e Tecnologia.

Os resultados da pesquisa feitos por Mondo (2014) indicaram que as dimensões de segurança, acesso e qualidade técnica são prioridade para gestão de atrativos, na questão dos indicadores, os que devem ser levados mais em consideração são os de segurança, acessibilidade para pessoas com deficiência, limpeza, banheiros e preço.

A partir das dimensões mencionadas foi elaborado o questionário (Apêndice A), com trinta e uma questões, sendo sete de demanda, que caracterizam e traçam o perfil do turista e vinte e quatro sobre os indicadores do Modelo Preliminar TOURQUAL, onde cada questão foi criada para englobar pelo menos um dos indicadores.

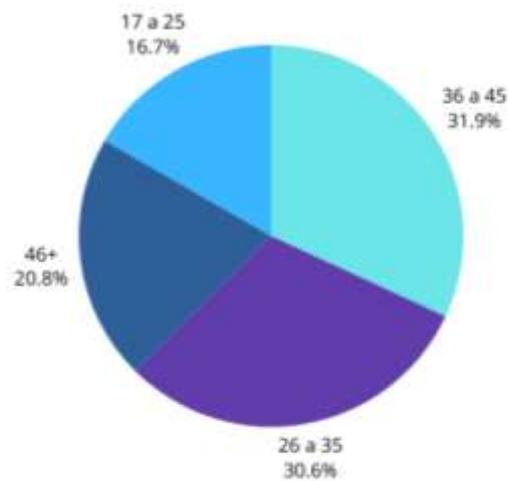
Com essa análise espera-se caracterizar o perfil dos turistas que frequentam a pousada, auxiliando em estratégias de marketing para captação e fidelização de clientes, entender quais seus hábitos de consumo e entender quais as necessidades de melhoria na visão do consumidor, criando uma base para elaborar planejamentos futuros, que atendam a expectativa deste frequentador e mantenha o empreendimento no mercado competitivo.

6 RESULTADOS

O questionário da pesquisa continha 38 questões que buscaram compreender qual o perfil de quem frequenta a pousada, sua opinião sobre as instalações e serviços e entender quais as potencialidades e fragilidades do empreendimento.

6.1 PERFIL DO CONSUMIDOR

Gráfico 1: Idade dos visitantes



Fonte: dados da pesquisa (2024)

A primeira questão se tratava da faixa etária dos participantes. Dentre os 72 visitantes que responderam à pesquisa, a maioria (31,9%) tem entre 36 a 45 anos de idade, seguido das pessoas que possuem 26 a 35 anos (30,6%). Em seguida as pessoas com 46 anos ou mais representaram 20,8% e as de 17 a 25 anos representaram 16,7% (Gráfico 1).

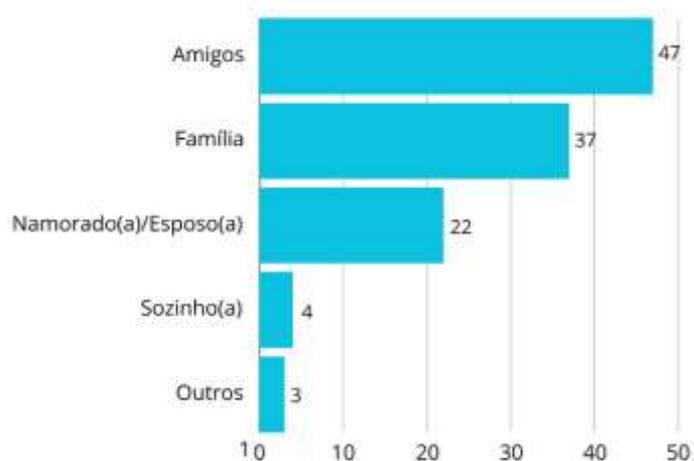
Gráfico 2: Local de origem



Fonte: dados da pesquisa (2024)

Os consumidores eram todos oriundos do estado do Paraná, a maioria de cidades da região dos Campos Gerais, sendo 31 de Ponta Grossa, 13 de Curitiba, 8 de Pirai do Sul, 6 de Telêmaco Borba, 5 de Castro, 3 de Paranaguá, 2 de Guarapuava, 1 de Campo Largo, 1 de Carambeí, 1 de Guaratuba e 1 de Tibagi (Gráfico 2). Demonstrando que o público que frequenta a pousada é regional, mesmo que tenham cidades mais afastadas, as que predominam são cidades dos Campos Gerais.

Gráfico 3: Companhias dos consumidores

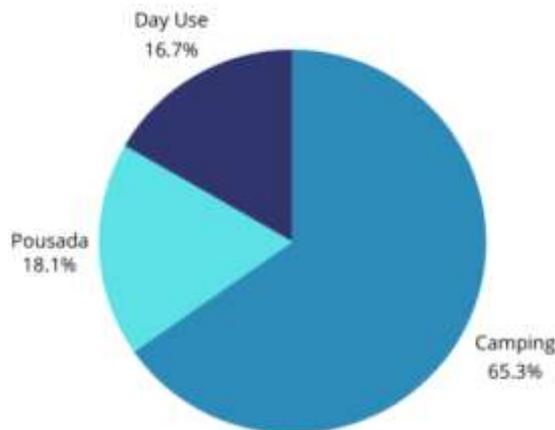


Fonte: dados da pesquisa (2024)

Verificou-se que a maioria se dirige à pousada na companhia de amigos, como responderam 47 pessoas, seguida de 37 que responderam que foram com a

família, com o namorado(a)/esposo(a), 22 pessoas foram, 4 foram sozinhos e 3 na companhia de outras pessoas (Gráfico 3). Demonstrando a preferência por grupos pequenos com pessoas conhecidas, ou seja, as pessoas aproveitam para compartilhar bons momentos.

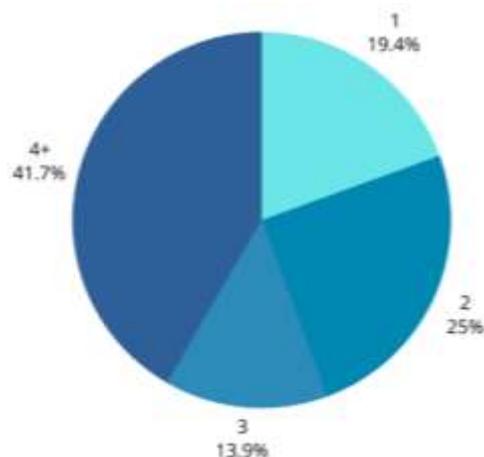
Gráfico 4: Modalidade de ingresso



Fonte: dados da pesquisa (2024)

Entre os entrevistados, a modalidade de ingresso mais popular foi o camping, escolhido por 65,3% dos participantes. Em seguida, a pousada conquistou 18,1% das preferências, enquanto o Day Use teve a adesão de 16,7%. Esses números refletem a diversidade de opções oferecidas, atendendo a diferentes perfis e necessidades dos visitantes (Gráfico 4).

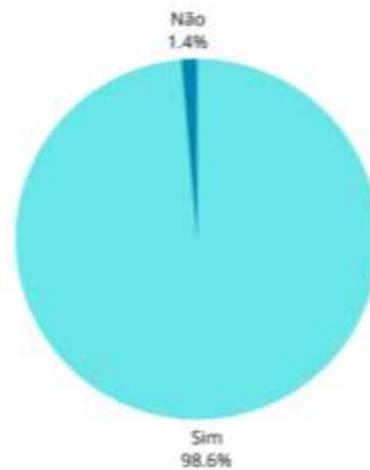
Gráfico 5: Frequência de visitação



Fonte: dados da pesquisa (2024)

A frequência de visitas entre os entrevistados é notavelmente alta, evidenciando um público fiel e engajado. Entre eles, 41,7% afirmaram já ter visitado a pousada mais de quatro vezes, demonstrando um forte nível de lealdade. Outros 25% mencionaram ter visitado o local duas vezes, enquanto 19,4% declararam ter estado na pousada apenas uma vez. Por fim, 13,9% indicaram já ter visitado o local três vezes. Esses números reforçam o vínculo duradouro que a pousada estabelece com seus visitantes, tornando-se um destino recorrente para muitos (Gráfico 5).

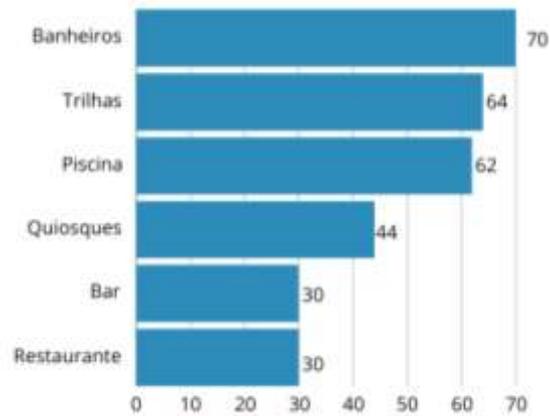
Gráfico 6: Índice de retorno



Fonte: dados da pesquisa (2024)

A grande maioria dos visitantes, correspondendo a impressionantes 98,6%, declara que voltaria a visitar o local (Gráfico 6). Esse dado reflete o alto nível de conexão emocional que a Pousada estabelece com seus hóspedes. Tal fidelidade demonstra que o estabelecimento não é apenas um lugar de estadia, mas uma experiência única que conquista o público, que não abre mão de aproveitar o ambiente acolhedor, os serviços de qualidade e a atmosfera diferenciada oferecida.

Gráfico 7: Estrutura e serviços usados



Fonte: dados da pesquisa (2024)

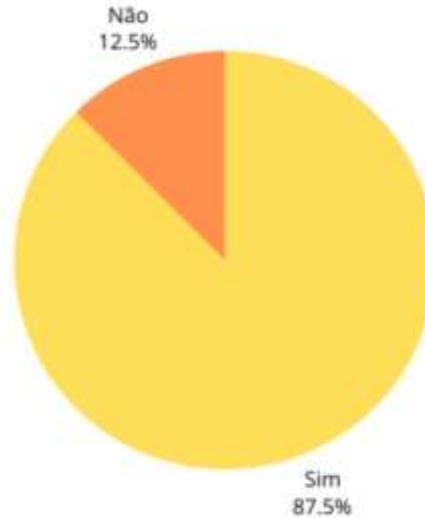
As infraestruturas e os serviços da pousada foram amplamente aproveitados pelos visitantes, como mostra o Gráfico 7. O banheiro foi o mais utilizado, mencionado por 70 pessoas. As trilhas também atraíram grande interesse, com 64 visitantes explorando seus diversos caminhos. A piscina foi desfrutada por 62 hóspedes, enquanto 44 aproveitaram os quiosques para momentos de lazer. Por fim, os serviços de bar e restaurante atenderam a 30 pessoas, reforçando a versatilidade das opções oferecidas pela pousada para garantir o conforto e a satisfação de seus frequentadores.

6.2 ANÁLISES DAS DIMENSÕES DO MODELO PRELIMINAR TOURQUAL

6.2.1 Dimensão Acesso

Esta dimensão diz respeito ao acesso até a pousada, como rodovias que levam ao destino, placas indicativas que facilitam a chegada, condições da estrada e estacionamento (Mondo, 2014).

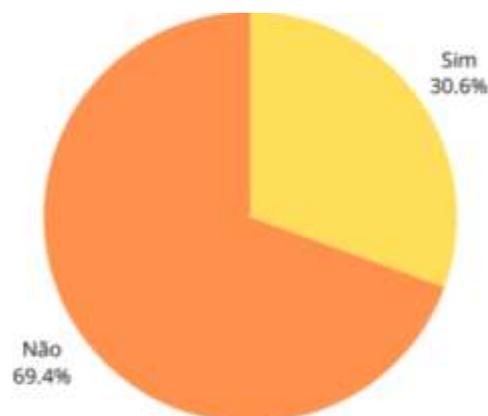
Gráfico 8: Placas indicativas



Fonte: dados da pesquisa (2024)

Segundo os entrevistados, a maioria expressiva, correspondente a 87,5%, considera que as placas indicativas estão em boas condições e cumprem bem sua função de facilitar o acesso à pousada. Esses dados demonstram a eficácia da sinalização como um recurso que contribui para uma experiência positiva desde a chegada ao local. No entanto, uma parcela menor, representando 12,5% dos participantes, apontou que há margem para melhorias nas placas, sugerindo que ajustes ou atualizações podem torná-las ainda mais eficazes e acessíveis para todos os visitantes. Essa percepção minoritária destaca a importância de um monitoramento contínuo da infraestrutura para atender às expectativas e necessidades de diferentes perfis de usuários (Gráfico 8).

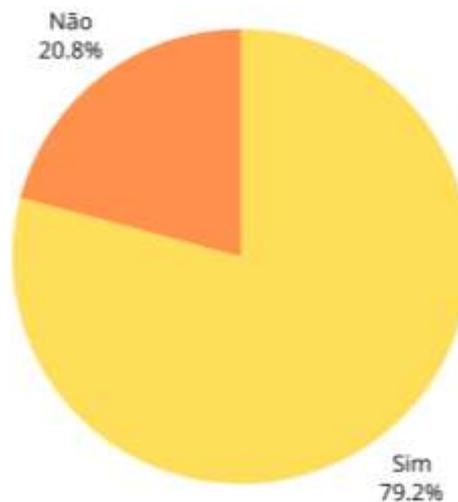
Gráfico 9: Dificuldades no acesso de serviços



Fonte: dados da pesquisa (2024)

A maioria dos visitantes, representando 69,4%, relatou não ter enfrentado dificuldades no acesso aos serviços oferecidos pela pousada, indicando uma experiência positiva para grande parte do público. No entanto, uma parcela significativa, equivalente a 30,6%, apontou ter enfrentado algum tipo de dificuldade, sendo a falta de luz um dos principais problemas mencionados. Esse feedback ressalta a importância de aprimorar a infraestrutura e assegurar que todos os serviços estejam disponíveis de forma consistente para garantir uma experiência positiva a todos os hóspedes.

Gráfico 10: Acessibilidade dos banheiros



Fonte: dados da pesquisa (2024)

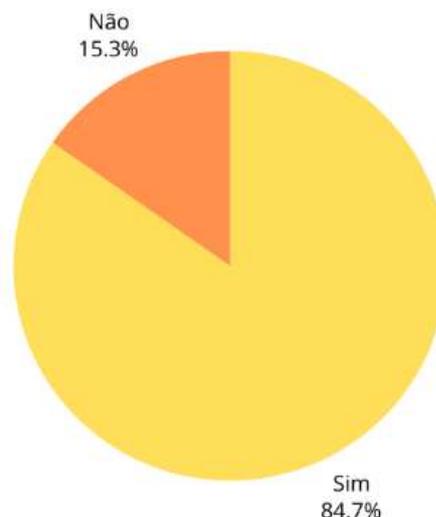
De modo geral, a maioria dos entrevistados, correspondente a 79,2%, avalia os banheiros como acessíveis, indicando que, para a maior parte dos visitantes, as instalações atendem às suas necessidades. Em contrapartida, 20,8% acreditam que os banheiros ainda não cumprem plenamente os critérios de acessibilidade, o que aponta para a existência de oportunidades de melhoria (Gráfico 10). É relevante observar que, entre os participantes da pesquisa, não há registros de pessoas com deficiência (PCD) que utilizem diretamente os recursos de acessibilidade, o que pode influenciar as respostas e limitar uma avaliação mais aprofundada sobre a adequação das instalações a esse público específico.

Esse dado ressalta a importância de manter um monitoramento contínuo das condições estruturais, considerando não apenas a percepção geral dos usuários,

mas também as necessidades específicas de grupos com mobilidade reduzida ou outras limitações. Investir na adaptação e modernização dos banheiros é fundamental para garantir que a pousada esteja preparada para receber todos os visitantes com conforto, segurança e inclusão, reforçando o compromisso com a acessibilidade universal e a excelência no atendimento.

Salientando neste tópico também a acessibilidade de PCD nas demais áreas da pousada. No *camping*, não houveram dificuldades de locomoção, assim como na área da piscina, os apartamentos também já receberam pessoas com dificuldades de locomoção, porém eles não são adaptados, um dos chalés possui adaptação para idosos, possui barras no banheiro, fica no térreo e possui facilidade de acesso (Pousada do Canyon Guartelá, 2024).

Gráfico 11: Horários de acordo com os divulgados



Fonte: dados da pesquisa (2024)

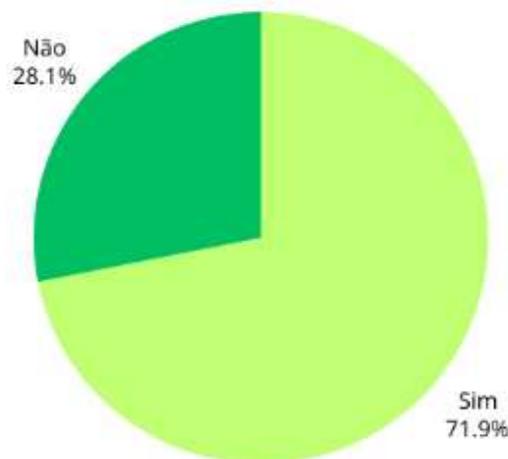
A grande maioria dos visitantes, correspondente a 84,7%, considerou os horários da recepção, bar, conveniência e café da manhã adequados às suas expectativas e necessidades (Gráfico 11). No entanto, 15,3% dos participantes não puderam avaliar esses aspectos durante sua estadia. Entre as observações feitas, destacou-se que o bar não esteve em funcionamento nos dias em que algumas visitas ocorreram, o que pode ter limitado a experiência de alguns visitantes. Por outro lado, não foram registrados comentários específicos sobre os horários de outros serviços prestados, como a recepção, a conveniência ou o café da manhã.

Essa situação aponta para a importância de garantir a disponibilidade consistente de todos os serviços anunciados, especialmente aqueles que são fatores-chave para a experiência dos hóspedes, como o funcionamento do bar. Além disso, recomenda-se uma comunicação clara e transparente sobre os horários e condições de operação dos serviços, a fim de alinhar as expectativas dos visitantes e evitar possíveis insatisfações. Monitorar a percepção dos hóspedes sobre a disponibilidade e os horários dos serviços pode ser uma estratégia valiosa para identificar oportunidades de melhoria e aprimorar a experiência geral na pousada.

6.2.2 Dimensão Ambiente

Esta dimensão engloba a atmosfera local, o efeito do ambiente nas pessoas que ocupam o espaço, podem mensurar a importância do ambiente na experiência e na qualidade percebida (Mondo, 2014).

Gráfico 12: Ventilação das acomodações



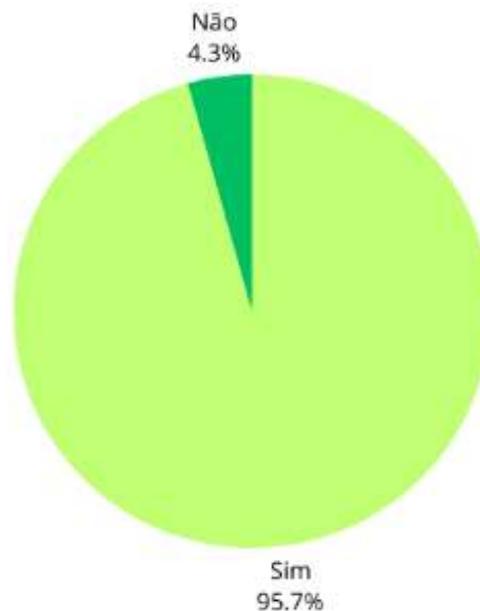
Fonte: dados da pesquisa (2024)

De acordo com os dados obtidos no Gráfico 12, 18,1% dos entrevistados utilizaram a modalidade de ingresso Pousada e, entre eles, a grande maioria, representando 71,9%, considerou que as acomodações são bem ventiladas, destacando a importância desse aspecto para o conforto durante a estadia. No entanto, uma parcela de 28,1% discordou dessa avaliação, indicando que as condições de ventilação não atenderam plenamente às suas expectativas. Além disso, dois indivíduos relataram especificamente que os ventiladores das

acomodações não estavam funcionando, o que pode ter impactado negativamente sua experiência, principalmente em dias mais quentes.

Esses dados sugerem que, embora a maioria dos hóspedes tenha ficado satisfeita com as condições de ventilação, existem áreas de melhoria que podem ser exploradas para garantir uma experiência ainda mais confortável para todos os visitantes. A manutenção adequada dos ventiladores e a verificação periódica das condições das acomodações são medidas importantes para assegurar que todos os serviços oferecidos estejam em pleno funcionamento e que o ambiente atenda às necessidades dos hóspedes, contribuindo para uma estadia mais agradável e livre de imprevistos.

.Gráfico 13: Temperatura alimentos e bebidas

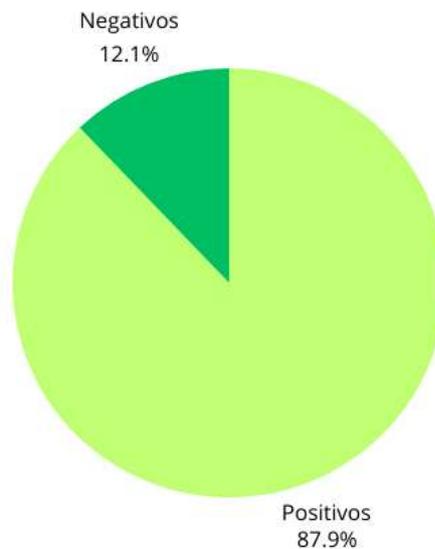


Fonte: dados da pesquisa (2024)

Dos 72 turistas que responderam à pesquisa, um maior número de pessoas, equivalente a 95,7% afirmou que a temperatura dos alimentos e bebidas servidos no restaurante (Gráfico 13), conforme as normas e expectativas para cada tipo de prato e bebida. Esse índice elevado de satisfação indica que o serviço de alimentação tem se esforçado para garantir que os itens oferecidos aos hóspedes estejam na temperatura ideal, o que é um fator crucial para a qualidade e o prazer da refeição.

No entanto, embora a grande maioria tenha aprovado as condições, é sempre importante manter um monitoramento constante dos processos de armazenamento, preparo e distribuição de alimentos e bebidas para garantir que todos os hóspedes recebam produtos em perfeitas condições. Além disso, essa atenção aos detalhes contribui para a experiência geral de conforto e satisfação, reforçando a imagem positiva da pousada e do restaurante entre os turistas.

Gráfico 14: Atmosfera do local



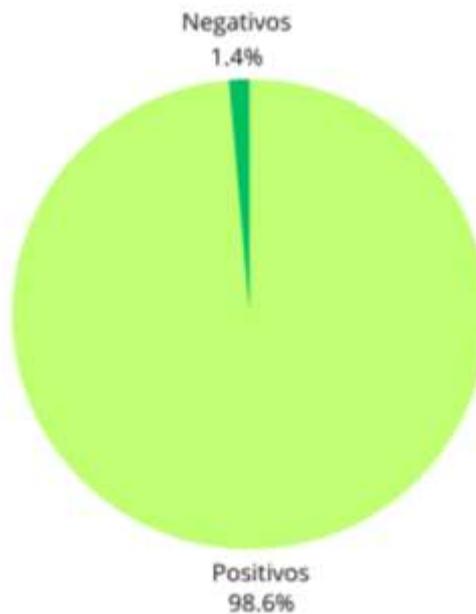
Fonte: dados da pesquisa (2024)

A atmosfera criada no interior da Pousada do Canyon Guartelá foi amplamente elogiada pelos visitantes, que descreveram o ambiente com palavras como "ótimo", "muito bom", "bom", "tranquilidade", "boas vibrações", "maravilhosa" e "agradável". Esses comentários apresentam uma experiência positiva (Gráfico 14), marcada pela sensação de conforto, calma e harmonia, características que parecem ser apreciadas pelos hóspedes.

Por outro lado, alguns comentários negativos apontaram áreas específicas que podem ser aprimoradas. Entre as críticas, destacaram-se a necessidade de melhorias na limpeza dos banheiros, o atendimento inadequado em determinados momentos, problemas com o processo de reserva, e a condição de alguns quartos, que foram descritos como "abandonados" e sem acolhimento adequado. Esses pontos indicam oportunidades de melhoria na manutenção da infraestrutura e no treinamento da equipe, a fim de proporcionar uma experiência ainda mais satisfatória para todos os visitantes. O equilíbrio entre os aspectos positivos e

negativos pode ser um guia importante para ajustes que visem manter a qualidade do serviço e a boa reputação da pousada.

Gráfico 15: Emoções experimentadas pelos visitantes

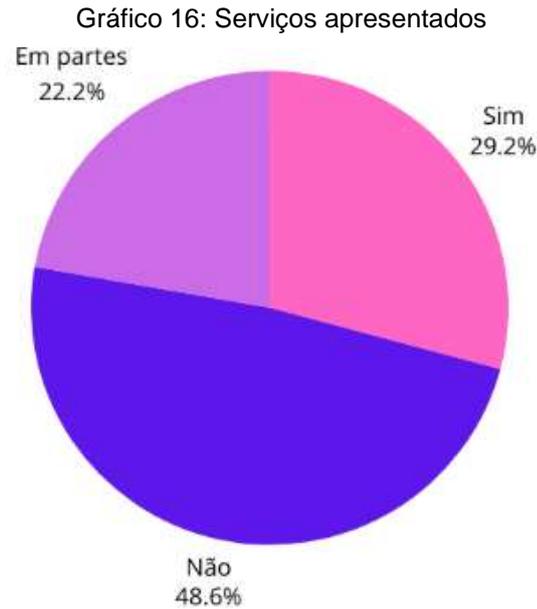


Fonte: dados da pesquisa (2024)

Entre as emoções expressas pelos entrevistados, destacam-se palavras como “maravilhosa”, “paz”, “alegria”, “fantasiosa”, “calma”, “aconchego”, “tranquilidade” e “conforto”. Esses sentimentos descrevem o efeito positivo que a pousada tem sobre seus visitantes, que a consideram um ambiente ideal para descanso e renovação. A predominância dessas emoções demonstra que o local consegue proporcionar uma experiência acolhedora e relaxante, sendo amplamente reconhecido como um refúgio perfeito para aqueles que buscam paz e serenidade.

6.2.3 Dimensão Elemento Humano

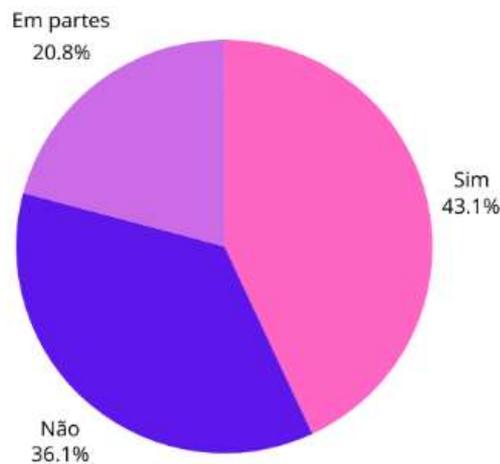
Nesta dimensão concentram-se a prestação de serviços, confiança e empatia dos contribuidores para com os visitantes, também impacta diretamente na percepção da qualidade (Mondo, 2014) e de acordo com a maneira que as informações forem passadas podem proporcionar uma experiência mais completa.



Fonte: dados da pesquisa (2024)

A maioria dos turistas, correspondente a 48,6%, não recebeu informações detalhadas sobre os serviços disponíveis na pousada e no camping. Para 22,2% dos entrevistados, foram mencionados apenas alguns dos serviços oferecidos, sem uma explicação completa sobre todas as opções disponíveis. Apenas 29,2% dos visitantes foram devidamente informados sobre o portfólio completo de serviços que a pousada tem a oferecer, o que sugere que há uma oportunidade significativa de aprimorar a comunicação e a apresentação dos serviços para garantir que todos os hóspedes possam aproveitar ao máximo a infraestrutura e as facilidades do local.

Gráfico 17: Informações sobre a história e os atrativos



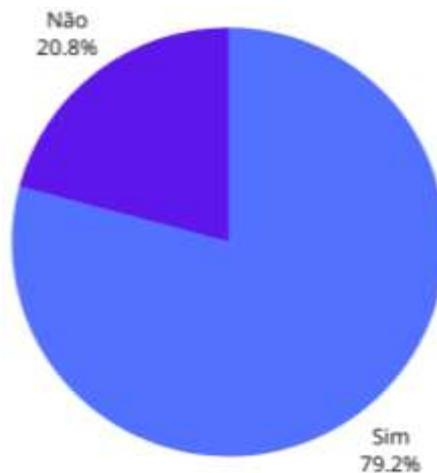
Fonte: dados da pesquisa (2024)

Os funcionários da pousada enfrentaram dificuldades ao fornecer informações sobre a história e os atrativos locais, uma vez que 36,1% dos turistas relataram não terem sido informados adequadamente sobre esses aspectos. Para 20,8% dos visitantes, foram fornecidas apenas informações parciais sobre a história e os atrativos, enquanto 43,1% dos entrevistados afirmaram ter recebido uma explicação completa e satisfatória sobre o local e suas atrações (Gráfico 17). Esses dados sugerem que, embora alguns turistas tenham tido uma experiência favorável em relação à informação cultural e histórica, há uma necessidade de melhorar a formação e a comunicação dos funcionários, para garantir que todos os visitantes recebam informações consistentes e completas durante a estadia.

6.2.4 Dimensão Experiência

Compreendendo que a experiência envolve elementos de qualidade de serviço e é parte das vivências e emoções, esta dimensão compõe-se do aprendizado, entretenimento, da evasão e da estética do local.

Gráfico 18: Suficiência das placas interpretativas

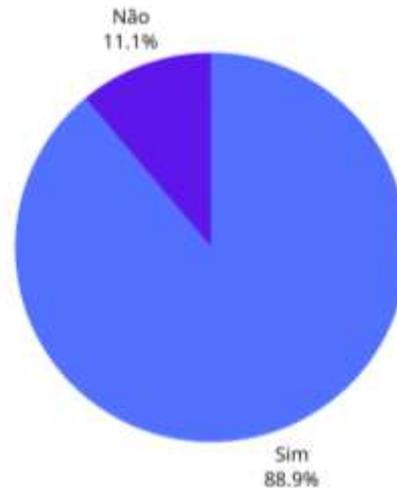


Fonte: dados da pesquisa (2024)

De acordo com o Gráfico 18, 79,2% dos hóspedes acham que as placas interpretativas distribuídas pelos limites da pousada são suficientes para que se possa explorar e compreender os diversos ambientes e espaços criados. No entanto, 20,8% dos visitantes sugeriram que a instalação de mais placas poderia ser útil para fornecer explicações adicionais sobre os monumentos e áreas específicas,

enriquecendo ainda mais a experiência e o entendimento sobre o local. Esse feedback aponta para a possibilidade de aprimorar a sinalização, oferecendo informações mais detalhadas e acessíveis para todos os turistas.

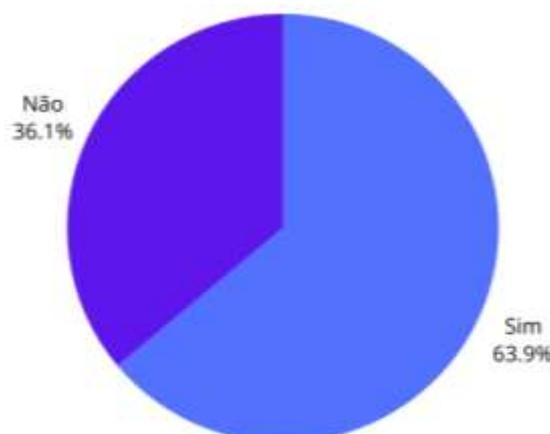
Gráfico 19: Diferentes formas de entretenimento



Fonte: dados da pesquisa (2024)

Entre os 72 entrevistados, 88,9% expressaram satisfação com as opções de entretenimento oferecidas pela pousada. No entanto, 11,1% acreditam que essa oferta poderia ser aprimorada. Entre as sugestões apresentadas, destacaram-se a inclusão de novos produtos e atividades, como roteiros internos dentro da pousada, para diversificar as experiências e enriquecer a estadia dos visitantes. Esse feedback sugere que, embora a oferta atual seja bem recebida, há espaço para inovar e atender ainda melhor às expectativas do público.

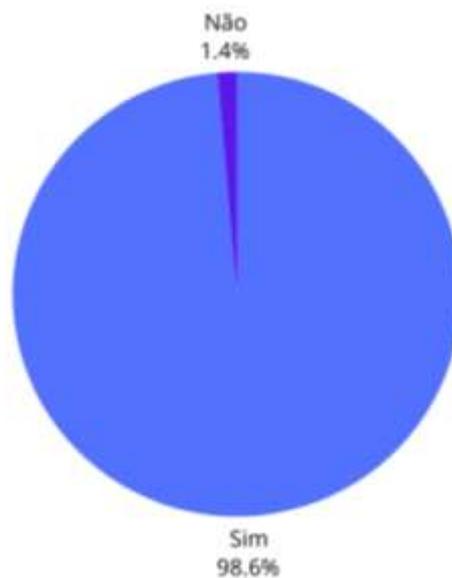
Gráfico 20: Limpeza e manutenção dos atrativos



Fonte: dados da pesquisa (2024)

A limpeza e a manutenção foram pontos frequentemente mencionados pelos visitantes. Embora 63,9% dos hóspedes tenham expressado satisfação com esses aspectos, 36,1% consideraram que esses requisitos ainda deixam a desejar (Gráfico 20). As principais críticas foram direcionadas à limpeza e manutenção dos banheiros e das acomodações, além da necessidade de garantir a remoção de animais peçonhentos dos quartos antes da chegada dos hóspedes. As áreas precisam de atenção para garantir que todos os visitantes tenham uma experiência de estadia mais confortável e segura, reforçando a importância de um rigoroso processo de limpeza e inspeção.

Gráfico 21: Fuga de rotina



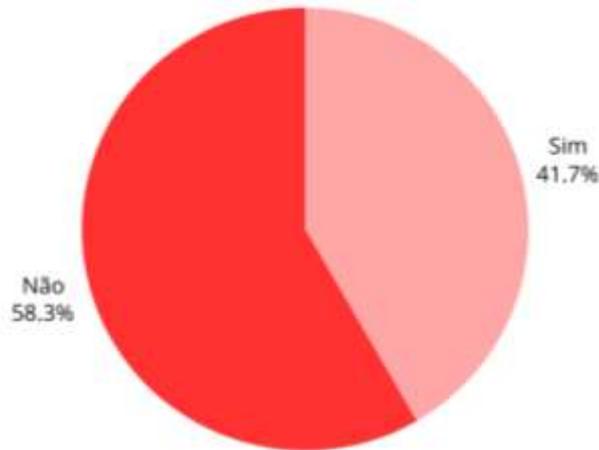
Fonte: dados da pesquisa (2024)

O atrativo da pousada foi capaz de proporcionar uma fuga da rotina para 98,6% dos visitantes (Gráfico 21). No entanto, uma pessoa indicou que não teve essa sensação, mencionando que a falta de limpeza no chalé em que se hospedou foi um fator que impactou negativamente sua experiência. Esse comentário salienta a importância da limpeza e da manutenção, que são aspectos fundamentais para garantir a qualidade da estadia. A atenção a esses detalhes é essencial para assegurar que todos os hóspedes desfrutem plenamente do ambiente oferecido.

6.2.5 Dimensão Segurança

Segundo Berkley e Gupta (1994, *apud*. Mondo, 2014) segurança é a isenção do perigo, risco ou dúvida, incluindo física, mental e financeira, assegurando a liberdade total do turista para consumir o atrativo.

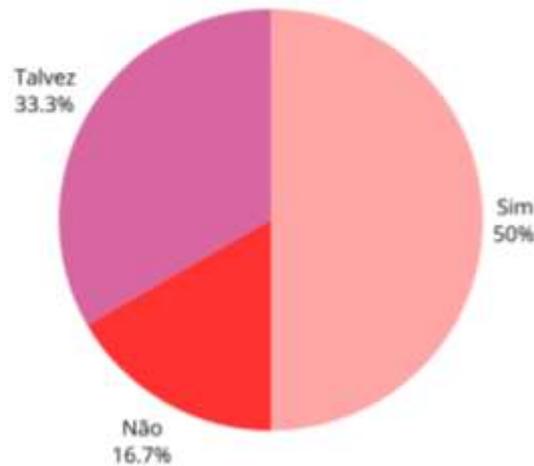
Gráfico 22: Sistema de incêndio



Fonte: dados da pesquisa (2024)

De acordo com 58,3% dos turistas, o sistema de incêndio não é suficientemente visível, o que pode dificultar o acesso e a eficácia do socorro em situações de emergência. Por outro lado, 41,7% consideram que o sistema é claramente visível e acessível (Gráfico 22). Dado que o Paraná enfrenta períodos críticos de queimadas, especialmente durante determinadas épocas do ano, é fundamental garantir que todos os sistemas de segurança, incluindo os de combate a incêndio, estejam não apenas operacionais, mas também bem sinalizados e facilmente acessíveis. A manutenção e visibilidade desses sistemas devem ser uma prioridade para assegurar a segurança e tranquilidade dos hóspedes.

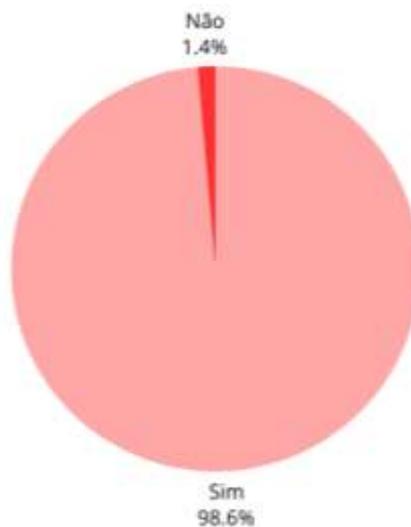
Gráfico 23: Sistema de segurança



Fonte: dados da pesquisa (2024)

Os sistemas de segurança da pousada, que envolvem tanto recursos humanos quanto equipamentos de monitoramento, são eficazes na cobertura do perímetro, proporcionando uma maior sensação de segurança para a maioria dos turistas. No entanto, 33,3% dos entrevistados não têm certeza sobre a funcionalidade desses sistemas, enquanto 16,7% acreditam que há espaço para melhorias. Indicando a necessidade de reforçar a comunicação e garantir que os sistemas de segurança estejam não apenas em pleno funcionamento, mas também visíveis e confiáveis para todos os visitantes, reforçando a confiança na infraestrutura de proteção do local.

Gráfico 24: Sistema de transações financeiras

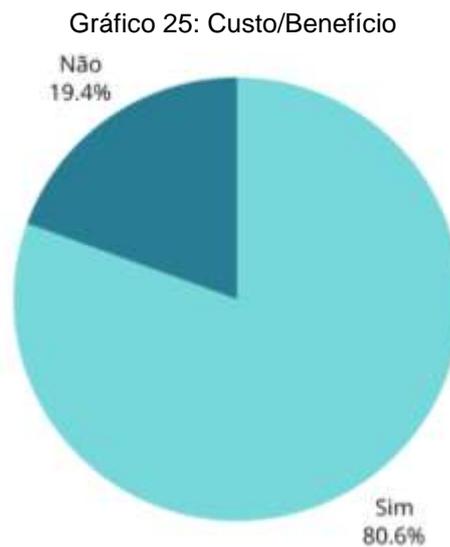


Fonte: dados da pesquisa (2024)

A maioria dos consumidores se sente segura ao realizar transações financeiras com o empreendimento. No entanto, a falta de energia e problemas com a conexão de internet prejudicam esse processo, resultando em experiências negativas para 1,4% dos visitantes. Esses incidentes podem impactar a confiança nas transações e sugerem a necessidade de aprimorar a infraestrutura tecnológica e garantir a continuidade dos serviços, a fim de proporcionar uma experiência financeira mais eficiente e sem contratempos para todos os clientes.

6.2.6 Dimensão Qualidade Técnica

Para Gronroos (1984, *apud*. Mondo, 2014) a qualidade técnica é a qualidade que o consumidor recebe como resultado de tudo que compreende os serviços da oferta turística.

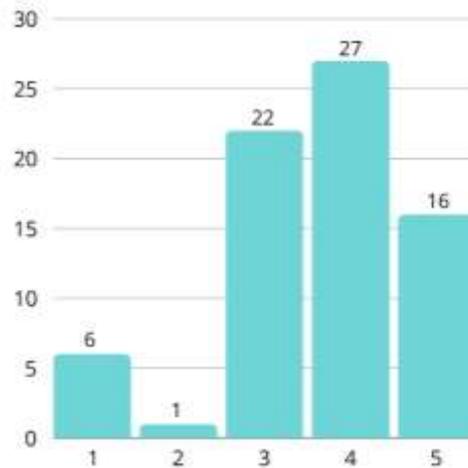


Fonte: dados da pesquisa (2024)

O custo/benefício foi avaliado positivamente por 80,6% dos entrevistados (Gráfico 25), indicando que a maioria dos visitantes percebe a relação entre o que é oferecido e o valor pago de forma satisfatória. A cobrança, de fato, é um fator importante na percepção da qualidade, já que um bom serviço deve ter um custo condizente com a experiência proporcionada, sem comprometer a qualidade (Mondo, 2014). Esse feedback sugere que os turistas consideram que o preço

cobrado pela pousada é justo, refletindo um equilíbrio entre valor e excelência nos serviços prestados.

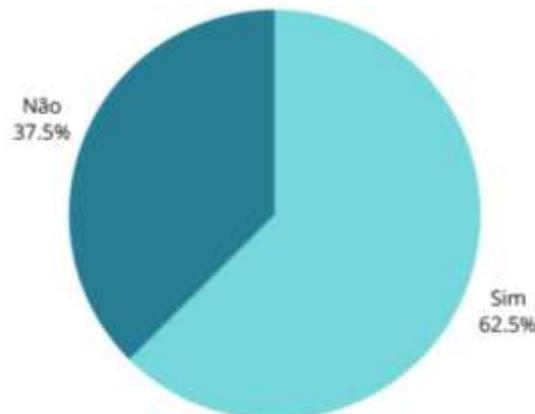
Gráfico 26: Capacidade de atendimento da recepção e serviços de Alimentos e Bebidas



Fonte: dados da pesquisa (2024)

A capacidade de atendimento da recepção, do restaurante e do bar foi avaliada utilizando a Escala de Likert, a fim de medir a intensidade e a qualidade dos principais serviços oferecidos pela Pousada Canyon Guartelá. Os resultados do Gráfico 26 mostraram que os níveis 4 e 3 foram os mais frequentemente assinalados, indicando que os visitantes percebem o serviço como sendo de qualidade média a boa. No entanto, isso também sugere que há espaço para melhorias, com a possibilidade de elevar ainda mais os padrões de atendimento e proporcionar uma experiência mais satisfatória aos hóspedes.

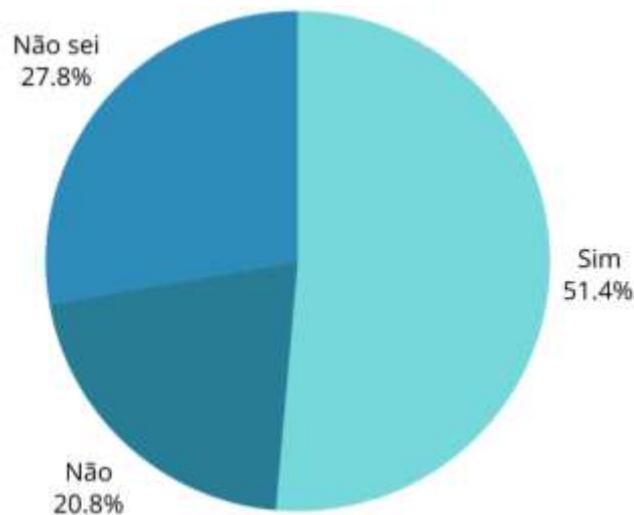
Gráfico 27: Comunicação externa



Fonte: dados da pesquisa (2024)

A comunicação externa foi um ponto frequentemente mencionado por diversos visitantes. Ao serem questionados sobre os meios de se comunicar com pessoas fora da pousada, muitos ressaltaram a necessidade de um sinal de internet mais robusto. Embora 62,5% dos turistas tenham conseguido se comunicar com pessoas fora da pousada, 37,5% relataram dificuldades (Gráfico 27), não conseguindo acesso a sinal de celular nem de internet. Durante a pesquisa, foi implementado o sinal de internet via Starlink, o que ajudou a resolver parcialmente esse problema, melhorando a comunicação dos hóspedes e também facilitando os pagamentos por PIX e cartão. No entanto, ainda há uma oportunidade de aprimorar a conectividade para garantir que todos os visitantes possam se comunicar de forma eficiente e realizar transações sem dificuldades.

Gráfico 28: Equipamentos para atender às condições climáticas

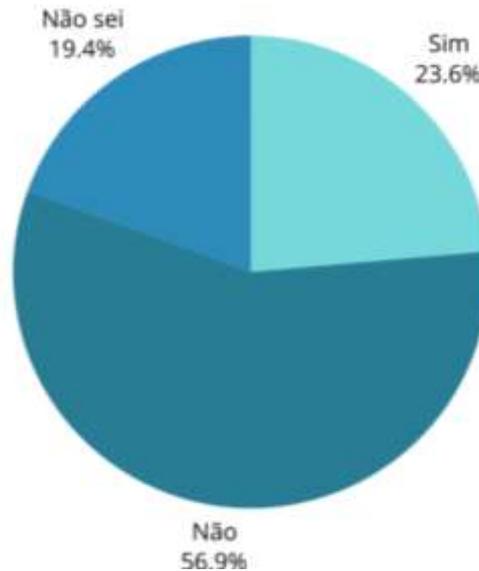


Fonte: dados da pesquisa (2024)

A região apresenta uma variação de temperatura significativa, o que exige o uso de equipamentos adequados para garantir o conforto dos hóspedes, tanto no calor quanto no frio. De acordo com o Gráfico 28, 51,4% dos entrevistados acredita que a pousada está bem preparada para lidar com as adversidades climáticas. No entanto, 27,8% dos visitantes não têm clareza sobre a oferta desses recursos, enquanto 20,8% acreditam que o local não está suficientemente preparado, com destaque para comentários sobre ventiladores que não estão funcionando. Esses apontamentos indicam a necessidade de melhorar a infraestrutura e garantir que

todos os equipamentos estejam em pleno funcionamento para atender às necessidades dos hóspedes.

Gráfico 29: Inovação



Fonte: dados da pesquisa (2024)

No quesito inovação, a maioria dos entrevistados afirma que a pousada não oferece inovações nos serviços. Por outro lado, 19,4% não souberam identificar se existem inovações ou quais poderiam ser implementadas. Já 23,6% consideraram que a pousada possui inovações, destacando, entre os comentários, a percepção de que o local é único e, por isso, já representa uma forma de inovação em si. Demonstrando que há uma oportunidade de aprimorar e diversificar os serviços para introduzir elementos mais inovadores, que possam surpreender e atrair os hóspedes.

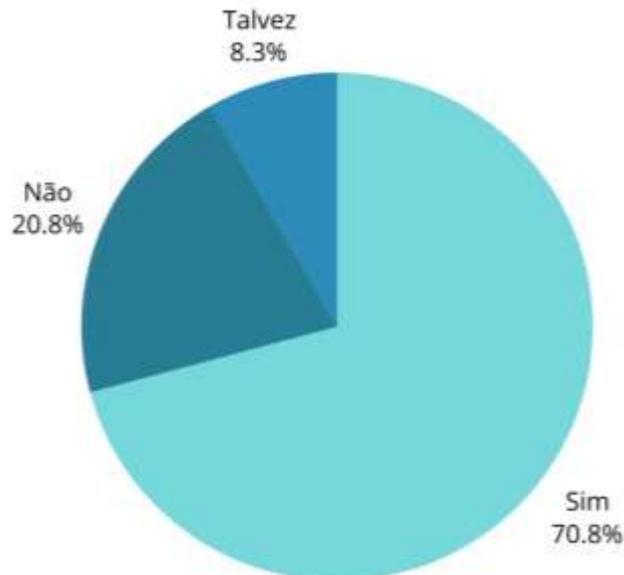
Gráfico 30: Condições do ambiente e equipamentos



Fonte: dados da pesquisa (2024)

De acordo com os entrevistados, 76% consideram que as condições do ambiente e dos equipamentos são adequadas para uso. Contudo, 13,9% apontam a necessidade de melhorias, mencionando especialmente a manutenção de objetos e equipamentos na pousada, além de ajustes nos banheiros, serviços, ventiladores, descargas e outros aspectos gerais da estrutura.

Gráfico 31: Serviços tecnológicos



Fonte: dados da pesquisa (2024)

Por se tratar de um local mais isolado, o uso de tecnologias torna-se um pouco desafiador, o que pode dificultar a implementação de atualizações tecnológicas que poderiam facilitar os serviços do dia a dia. No entanto, 20,8% dos entrevistados consideram que as tecnologias atualmente empregadas na pousada são suficientes para atender às necessidades dos hóspedes.

Gráfico 32: Comentários extras



Fonte: dados da pesquisa (2024)

Nos comentários finais, os entrevistados expressaram diversas opiniões sobre a pousada, com 16 elogios sendo destacados. Entre os aspectos mais apreciados, muitos destacaram a qualidade do ambiente e a tranquilidade do local. Quanto às melhorias, foram apontados 5 comentários para cada um dos seguintes tópicos: a abertura do bar, a melhoria do sinal de rede (que, conforme mencionado, já está em processo de melhoria), a limpeza dos banheiros e a melhoria das estruturas gerais da pousada. Além disso, houve sugestões para aprimorar o atendimento na recepção, a conveniência dos serviços e a realização de mais eventos, como forma de enriquecer a experiência dos hóspedes. Esses comentários fornecem um panorama claro das áreas que os visitantes consideram fundamentais para a melhoria contínua da pousada, refletindo tanto pontos positivos quanto aspectos que demandam atenção para um atendimento ainda mais satisfatório.

6.3 PROGNÓSTICO

6.3.1 Pontos fortes

Os pontos positivos destacados no perfil do consumidor revelam uma base de clientes altamente fiel, com aproximadamente 42% das pessoas retornando à pousada por quatro ou mais vezes, além de um impressionante índice de 98,6% de retorno, o que demonstra a satisfação e a confiança no serviço oferecido. Na dimensão Acesso, um dos aspectos mais relevantes para os hóspedes, destaca-se a facilidade de acesso ao local e a clareza das indicações na via, o que contribui significativamente para uma chegada tranquila e sem complicações.

Na dimensão Ambiente, a ventilação das acomodações foi um ponto positivo, embora com algumas ressalvas, como a necessidade de troca de ventiladores que não estavam funcionando adequadamente. A temperatura das refeições e bebidas também foi mencionada como um aspecto positivo, o que mostra o cuidado com a qualidade dos serviços oferecidos. Em relação às emoções geradas pelos visitantes, o ambiente da pousada se destaca por proporcionar experiências agradáveis e positivas, com quase todos os consumidores expressando sentimentos de satisfação, tranquilidade e bem-estar.

Na dimensão Experiência, os entrevistados ressaltaram as diferentes formas de entretenimento disponíveis no local, com muitos mencionando a pousada como um "lugar único" que oferece uma verdadeira fuga da rotina. Esse aspecto foi unanimemente destacado como uma das principais qualidades do local, proporcionando aos visitantes um ambiente ideal para o descanso e o lazer.

O indicador Segurança, dentro da respectiva dimensão, também foi destacado de forma positiva, com os sistemas de monitoramento sendo considerados eficazes. Além disso, a presença constante de seguranças e a supervisão da área garantem um ambiente seguro para os hóspedes. Outro ponto positivo relacionado à segurança foi a percepção de que as transações financeiras, como pagamentos e transferências, são realizadas de forma segura, o que gera confiança nos serviços financeiros da pousada.

Por fim, na dimensão Qualidade Técnica, o principal destaque foi o custo/benefício considerado positivo por grande parte dos entrevistados. Esse aspecto reflete a percepção de que os serviços prestados pela pousada têm um valor justo e condizente com a qualidade oferecida, o que contribui para uma experiência satisfatória e a fidelização dos clientes.

Esses pontos positivos, quando combinados, evidenciam o compromisso da pousada em oferecer um serviço de qualidade, com atenção aos detalhes e foco no bem-estar dos hóspedes, o que justifica sua alta taxa de retorno e a fidelização de seus clientes.

6.3.2 Pontos a melhorar

No perfil do consumidor, há uma oportunidade de expandir a base de clientes ao aumentar a diversidade de cidades de origem dos visitantes. Para isso, a execução de estratégias de marketing direcionadas a cidades que têm potencial para ser exportadoras de consumidores pode ser uma medida eficaz. Expandir a divulgação da pousada em regiões com alto fluxo de turistas pode atrair novos públicos, tornando a pousada mais conhecida e acessível a mais visitantes.

Na dimensão Acesso, uma das principais melhorias que surgiram foi a necessidade de aumentar a acessibilidade para pessoas com deficiência (PCD), especialmente nos banheiros e nas acomodações. Essa necessidade já está sendo considerada como um plano futuro de desenvolvimento para a pousada, demonstrando uma preocupação em garantir que todos os hóspedes, independentemente de suas condições físicas, possam desfrutar do ambiente de forma confortável e inclusiva.

Outro ponto importante dentro da dimensão Acesso é a dificuldade de acesso a serviços durante a falta de energia elétrica, que pode ocorrer devido a fatores climáticos, falhas nos serviços de rede ou outros imprevistos. Uma possível solução para mitigar esse impacto seria a implementação de geradores de energia para os principais pontos de consumo, como a recepção, restaurante e áreas comuns, garantindo que os serviços não sejam interrompidos durante quedas de energia e proporcionando uma experiência mais tranquila para os hóspedes.

A abertura do bar da piscina, frequentemente mencionada pelos clientes como um ponto a melhorar, é outra oportunidade de aprimorar a experiência oferecida. A implantação de horários mais flexíveis e a ampliação das opções de serviços nesse local podem aumentar a satisfação dos visitantes e incentivar o consumo. Além disso, a melhoria na facilidade de arrendamento, para atrair novos visitantes, também pode ser uma estratégia útil para engajar mais clientes.

Na dimensão Elemento Humano, a principal área de melhoria está relacionada ao atendimento, que precisa de aprimoramento. A falta de informações sobre os atrativos da pousada foi um ponto frequentemente mencionado, sugerindo que o pessoal de atendimento poderia se beneficiar de treinamentos específicos e tours informativos, para que possam fornecer aos visitantes as informações necessárias sobre os serviços e atrativos do local, o que também pode estimular o consumo de produtos e serviços adicionais.

Na dimensão Experiência, embora a limpeza e a manutenção sejam geralmente bem avaliadas, muitos hóspedes apontaram que essas áreas ainda podem ser melhoradas, especialmente no que diz respeito à manutenção de locais com avarias. O desenvolvimento de um Procedimento Operacional Padrão (POP) para garantir que a limpeza e manutenção sejam realizadas de maneira uniforme e de qualidade pode ajudar a padronizar os processos e melhorar a percepção dos visitantes.

Na dimensão Segurança, o sistema de incêndio foi identificado como um ponto a ser reforçado. Para aumentar a percepção de segurança e garantir que todos os hóspedes estejam cientes dos procedimentos em caso de emergência, seria interessante ****divulgar informações sobre o sistema de combate a incêndio**** em diferentes pontos comuns da pousada, bem como dentro das acomodações. Isso garantiria que os hóspedes soubessem exatamente como proceder em situações de risco.

Em relação à Qualidade Técnica, a capacidade de atendimento na recepção, restaurante e bar recebeu algumas críticas, e há espaço para melhorias, como o uso de estratégias de hospitalidade mais focadas no atendimento ao cliente. A aplicação de Procedimentos Operacionais Padrão (POP) para cada modalidade de ingresso poderia também contribuir para uma experiência mais consistente e de qualidade. Além disso, a comunicação externa e os serviços tecnológicos, especialmente a falta de rede, estão passando por melhorias com a contratação da rede *Starlink*, que proporciona sinal mais forte, especialmente em áreas rurais. Isso pode contribuir para uma comunicação mais eficiente e permitir que os hóspedes possam se conectar facilmente à internet durante a estadia.

Quanto à infraestrutura, a menção de equipamentos que não funcionam quando necessários, como ventiladores e sistemas de climatização, destaca a importância de ****manutenções regulares**** para garantir que as condições do

ambiente e dos equipamentos permaneçam sempre adequadas. A melhoria contínua nesses aspectos ajudará a manter a pousada com uma aparência agradável e funcional, o que contribui para uma estadia mais confortável e prolongada dos turistas.

Por fim, entre as sugestões apresentadas nos comentários adicionais, a oferta de novos roteiros e eventos dentro da pousada é uma excelente oportunidade de diversificar as opções de entretenimento e aumentar o engajamento dos visitantes. Isso poderia ser complementado com a criação de material de marketing focado na divulgação em massa, especialmente em cidades estratégicas, ampliando assim a captação de novos clientes e solidificando a pousada como um destino único e inovador.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a compilação e análise detalhada dos resultados, pode-se concluir que a Pousada Canyon Guartelá apresenta diversos pontos fortes que contribuem significativamente para a fidelização de clientes e para o consumo dentro do estabelecimento. Entre os aspectos positivos, destacam-se a atmosfera diferenciada, que proporciona uma experiência única, as diversas opções de entretenimento disponíveis para os hóspedes, e o cuidado com as refeições e bebidas no momento de servir, garantindo qualidade e prazer para os visitantes. Esses fatores, aliados ao ambiente acolhedor, criam uma base sólida de satisfação entre os turistas, o que resulta em uma boa taxa de retorno.

Entretanto, a análise revelou que os pontos a serem melhorados foram mais numerosos e, se trabalhados de maneira estratégica, podem ter um impacto significativo na melhoria da experiência do cliente. Entre as áreas que demandam atenção estão a higienização das acomodações e banheiros, a manutenção das áreas comuns, e o treinamento contínuo dos funcionários, com foco em ações motivacionais que possam garantir não apenas um serviço de qualidade, mas também uma experiência personalizada e eficiente para os visitantes. Além disso, ações para melhorar o atendimento e a comunicação com os hóspedes** também são essenciais para criar um vínculo mais forte e positivo com os clientes.

O objetivo principal da pesquisa, que consistiu em analisar a infraestrutura e os serviços oferecidos pela Pousada, foi alcançado com êxito, utilizando o método TOURQUAL, que possibilitou uma avaliação detalhada dos pontos fortes e fracos da pousada. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado, baseado nos indicadores do Modelo Preliminar do Método TOURQUAL (Mondo, 2014), permitindo uma avaliação ampla e precisa dos serviços prestados. Contudo, um desafio notável foi a extensão do número de indicadores, o que resultou em um questionário longo, dificultando a adesão de participantes para responder à pesquisa. Esse aspecto limita a obtenção de dados mais abrangentes e pode ser uma área de aprimoramento para futuras pesquisas.

Os objetivos específicos da pesquisa foram igualmente atingidos por meio de uma pesquisa bibliográfica, que incluiu a coleta de dados históricos, geográficos, biológicos e outros elementos essenciais para o contexto do empreendimento. Essa

abordagem também permitiu a utilização do método TOURQUAL como ferramenta para a avaliação dos serviços e para a proposição de estratégias de melhoria.

A pesquisa enfatiza a necessidade urgente de que os empreendimentos turísticos compreendam profundamente as realidades e expectativas dos consumidores que utilizam seus espaços. Isso revela uma carência de estudos direcionados ao comportamento do turista e à qualidade dos serviços oferecidos, sendo fundamental que esses dados sejam continuamente atualizados e analisados para promover melhorias sustentáveis no atendimento.

A partir dos resultados deste estudo, diversas oportunidades podem ser exploradas para o desenvolvimento de novos produtos turísticos, com um foco especial em aspectos como a biodiversidade local, a vegetação característica da região, e as formações geológicas que cercam a pousada. Além disso, os dados coletados também podem ser usados para avaliar e melhorar outros empreendimentos turísticos** na região, oferecendo um modelo de boas práticas que pode ser replicado e adaptado para diferentes contextos.

Portanto, este estudo não apenas fornece insights valiosos para o aprimoramento da Pousada Canyon Quartelá, mas também serve como uma base sólida para o planejamento e a implementação de estratégias de desenvolvimento turístico mais eficazes, alinhadas às necessidades e expectativas dos consumidores, com um olhar atento às especificidades e características locais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDRIGUI, Mariana. **Meios de hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2007. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/citations?user=IRRE6oAAAAAJ&hl=pt-BR&oi=sra>. Acesso em: 15 abr. 2024

ALMEIDA, Georgia M. M; FREITAS, André L. P. **Meios de Hospedagem – A qualidade na visão do cliente**. Rio de Janeiro: APPRIS, 2012. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/263240096_Meios_De_Hospedagem_-_A_Qualidade_Na_Visao_Do_Cliente. Acesso em: 03 jul. 2024.

ANDRINO, Diana D. **Qualidade de serviços na hotelaria: recomendações práticas para desempenho superior**. Tese (Graduação em Engenharia de Produção) – Faculdade de Tecnologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/20349/1/2017_DianaDutraAndrino_tcc.pdf. Acesso em: 21 ago. 2024.

ASHTON, Mary S. G. Espaço de turismo, esporte e lazer destinados a visitantes e residentes. **EFDeportes**. Buenos Aires: 13º ano, nº 128, jan. 2009. Disponível em: <https://efdeportes.com/efd128/espacos-de-turismo-desporte-e-lazer-destinados-a-visitantes-e-residentes.htm>. Acesso em: 15 abr. 2024.

BARRIENTOS, Maria I. G. G. **Retrofit de Edificações: Estudo de reabilitação e adaptação das edificações antigas às necessidades atuais**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11422/1652>. Acesso em: 05 out. 2024.

BENI, Mário C. **Análise estrutural do turismo**. 12. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

BOCCARDO, Fernanda C. Aspectos Psico-sociais da hospitalidade. **Revista Turismo: Visão e Ação**, v. 3 n. 7 v. 3 n. 7, p.31-46, 2000. Disponível em: <https://www.each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/ref.php?id=15030>

BOCATO, Francisco C; MENDES, Lais E. F. Gestão de qualidade na prestação de serviços hoteleiros: um estudo de caso no Deville Maringá – Paraná. In: SEMINÁRIO DOS CURSOS DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DA FECILCAM, 2, 2011, Campo Mourão. **Anais [...]** Campo Mourão: FECILCAM, 2011. Disponível em: http://www.fecilcam.br/anais/vii_enppex/PDF/turismo/11-turismo.pdf. Acesso em: 22 ago. 2024.

BRASIL. Lei nº 11.777, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico; revoga a Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977, do Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986, e dispositivo da Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991, e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm#:~:text=Art.,dos%20prestadores%20de%20servi%C3%A7os%20tur%C3%ADsticos.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Inventário da Oferta Turística**. Ana Clévia Guerreiro Lima (Coordenador) – Brasília: Ministério do Turismo, 2011. 38p. Disponível em: <https://www.yumpu.com/pt/document/view/52102211/inventario-da-oferta-tura-stica-invtur-ministacio-do-turismo>. Acesso em: 31 jul. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo; SEBRAE. Projeto Economia de Experiência: **Tour da Experiência**, 2010. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/economia-da-experiencia/cartilha_metodologia_projeto_economia_experiencia.pdf. Acesso em: 26 jul. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. Portaria MTur N° 100, de 16 de junho de 2011. Institui o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), estabelece os critérios de classificação destes, cria o Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem (CTClass) e dá outras providências. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/portarias-arquivos/portaria-2011/PORTARIA-N-100c-DE-16-DE-JUNHO-DE-2011>

CALADO, Marcos A. F. **Metodologia da Pesquisa Científica na prática**. 2. Ed. Olinda: Livro Rápido, 2012. Disponível em: https://www.academia.edu/33031267/Metodologia_da_pesquisa_2a_edi%C3%A7%C3%A3o. Acesso em: 20 ago. 2024.

CALIXTO, Filip. Turismo do Brasil tem o melhor 1º trimestre desde 2019 em faturamento. **Panrotas**, São Paulo, 04 de jun. 2024. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2024/06/turismo-do-brasil-tem-o-melhor-1o-trimestre-desde-2019-em-faturamento_206032.html. Acesso em: 29 jun. 2024.

CASTELLI, Geraldo. **Gestão Hoteleira**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

CASTRO, PREFEITURA DE CASTRO. **História**. Disponível em: <https://castro.atende.net/cidadao/pagina/historia>. Acesso em: 1 de ago. de 2024.

DEL-MASSO, Maria C. S; SANTOS, Maria A. P; COTTA, Maria A. de C.. **Instrumentos e técnicas de pesquisa**. São Paulo: AVA Moodle Unesp [EduTec]: NEaD - Unesp: SME - PMSP, 2014. Disponível em: <https://acervodigital.unesp.br/bitstream/unesp/381394/1/texto-instrumentos-tecnicas-pesquisa.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2024

FEGER, José E. Análise da reputação online do destino turístico Lapa (Paraná): uma aplicação do método TOURQUAL para análise da qualidade em serviços. **Revista Iberoamericana de Turismo**, Penedo, v. 13, n° 2, p. 138-156, dezembro, 2016. Disponível: <https://ww.w.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/2535/2069>

FRASSON, Antonio C; GOMES, Silvestre A. **Tropeirismo: Processo civilizatório da região sul do Brasil**. Ponta Grossa: Educadores dia a dia, 2013, 9 p. Disponível em: http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/modules/mydownloads_01/singlefile.php?cid=42&lid=6212. Acesso em: 26 jun. 2024.

FREITAS, André L. P. Uma abordagem multicritério para a classificação de hotéis. **Revista de Administração**, São Paulo, v.42, n.3, p.338-348, jul./ago./set. 2007. Disponível em: <http://rausp.usp.br/wp-content/uploads/files/V4203338.pdf>

GIL, Antônio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas S.A., 2002. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 15 abr. 2024.

GIL, Antônio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2017. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=4387889&forceview=1>. Acesso em 28 jun. 2024.

GUZELA, Guilherme. **Gestão de meios de hospedagem**. Curitiba: Intersaberes, 2014. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 26 jul. 2024.

IGNARRA, Luiz R. **Fundamentos do Turismo**. 3. Ed. Rio de Janeiro: SENAC Rio de Janeiro, 1999. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=QXH1DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=fundamentos+dos+meios+de+hospedagem&ots=5tlhPNp0kl&sig=xNJjw3HzbVsKRurXni-xH677Sgs#v=onepage&q=fundamentos%20dos%20meios%20de%20hospedagem&f=false>

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Enciclopédia dos Municípios**, v. 31. Rio de Janeiro: IBGE, 1977-1964. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=227295>. Acesso em: 26 jun. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRÁFIA E ESTATÍSTICA. **Manual técnico da vegetação brasileira**. Rio de Janeiro: IBGE, 2. Ed. 272 p, 2012. <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=263011>

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa de serviço de hospedagem. **Número de estabelecimentos de hospedagem por tipo, 2016**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9040-pesquisa-de-servicos-de-hospedagem-municipios-das-capitais-regioes-metropolitanas-das-capitais-e-regioes-integradas-de-desenvolvimento.html?=&t=destaques>.

LAS CASAS, A. L. **Qualidade Total em serviços: conceitos, exercícios, casos práticos**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: <https://livrariapublica.com.br/livros/qualidade-total-em-servicos-conceitos-exercicios-casos-praticos-alexandre-luzzi-las-casas/>. Acesso em: 20 ago. 2024

LOPES, Roberta B. G. **Administração nos Meios de Hospedagem**. Montes Claros: Instituto Federal do Norte de Minas Gerais, 2025. 115 p. Disponível em: https://www.ispsn.org/sites/default/files/documentos-virtuais/pdf/10.Administracao_nos_meios_de_hospedagem_autor_roberta_barreto_gomes_lopes.pdf

MEDRI, Moacyr E; BIANCHINI, Edmilson; SHIBATTA, Oscar A; PIMENTA, José A. **A Bacia do Rio Tibagi**. Londrina: M. E. Medri, 2002. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Alba-Cavalheiro/publication/320003478_Recuperao_de_areas_degradadas_procurando_por_diversidade_e_funcionamento_dos_ecossistemas/links/59c6931ba6fdccc7191ed20a/Recuperacao-de-areas-degradadas-procurando-por-diversidade-e-funcionamento-dos-ecossistemas.pdf#page=72. Acesso em: 01 ago. 2024.

MELO, Mário S. Canyon do Guartelá, PR – Profunda garganta fluvial com notáveis exposições de arenitos devonianos. *In*: Schobbenhaus, C; Campos D. A; Queiroz, E. T; Winge, M; Berbert-Born, M. L. C. (Edits.) **Sítios Geológicos e Paleontológicos do Brasil**. 1. Ed. Brasília: DNPM/CPRM – Comissão Brasileira de Sítios Geológicos e Paleobiológicos (SIGEP), 2002, v.1, p. 279-288. Disponível em: <https://sigep.eco.br/sitio094/sitio094.htm>

MELO, Mário S; MORO, Rosemeri S; GUIMARÃES, Gilson B (org.). **Patrimônio Natural dos Campos Gerais do Paraná**. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2014, 233. Disponível em: <https://www.editora.uepg.br/ebooks/ebook-patrimonio-natural-dos-campos-gerais-do-parana>

MENEZES, Paula D. L. de; SILVA, Jéssica C. da. Análise do Sistema Oficial de Classificação dos Meios de Hospedagem do Brasil. **Revista Iberoamericana de Turismo**. Alagoas, v. 3, n. 1, 2013. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/751>. Acesso em: 28 jun. 2024.

MONDO, Tiago S. **Tourqual: proposta de um modelo de avaliação da qualidade de serviços em atrativos turísticos**. 2014. 402 f. Tese (doutorado em Administração) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/129284?show=full>. Acesso em: ago. 2023.

MOCHIUTTI, Nair F; GUIMARÃES, Gilson B; MELO, Mário S. Os valores da geodiversidade da região de Piraí da Serra, Paraná. **Geosciences = Geociências** São Paulo: v. 30, n° 4, p. 651- 668, 2011. Disponível em: <https://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/geociencias/article/view/5592/4308>

MULLER, Dalila; RAMOS, Maria G. G.; HALLAL, Dalila Rosa. A produção científica sobre a história dos meios de hospedagem no Brasil: Um estudo exploratório-descritivo nos periódicos brasileiros de turismo. *In*: SEMINÁRIO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 12, 2015, São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: ANPTUR, 2015. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/22.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2024.

NUNES, Mônica S. V.; RIBEIRO, Angélica O. A Importância da Excelência no Atendimento como Diferencial Competitivo para a Empresa Hoteleira: Estudo de Caso em uma Pousada em Canoa Quebrada - Aracati/CE. **Conexões Ciência e Tecnologia**, v. 13, n. 3, p. 15-23, 2019. Doi: [10.21439/conexoes.v13i3.1191](https://doi.org/10.21439/conexoes.v13i3.1191).

PALHARES, José M. **Paraná: Aspectos da Geografia**. 3. Ed. Foz do Iguaçu: J. M. Palhares, 2004.

PARANÁ. Estado de alerta: Paraná atinge momento mais crítico para casos de queimadas florestais. **Agência Nacional de Notícias**. Setembro, 2024. Disponível em: <https://www.aen.pr.gov.br/Noticia/Estado-de-alerta-Parana-atinge-momento-mais-critico-para-casos-de-queimadas-florestais>. Acesso em: 8 out. 2024

PARANÁ, INSTITUTO AMBIENTAL DO PARANÁ. Ato Normativo Portaria IAP nº 064, de 30 de março de 1998: Reconhece e declara RPPN área de 20,0 ha, Município de Castro, propriedade de Izidro Constantino Guedes e Ana Antônia da Luz Guedes, protocolado nº 3.256.500-0. Instituto Ambiental do Paraná. Disponível em: https://celepar7.pr.gov.br/sia/atosnormativos/form_cons_ato1.asp?Codigo=1829

PARANÁ, INSTITUTO ÁGUA E TERRA. **Dados sobre as Unidades de Conservação**. Disponível em: <https://www.iat.pr.gov.br/Pagina/Dados-sobre-Unidades-de-Conservacao>. Acesso em: 01 ago. 2024.

PARANÁ, INSTITUTO AMBIENTAL DO PARANÁ. **Plano de Manejo – Parque Estadual do Guartelá**. Curitiba: 2002, 259 p. Disponível em: <https://www.iat.pr.gov.br/Pagina/Plano-de-Manejo-Parque-Estadual-do-Guartela>. Acesso em: 24 jun. 2024.

PETROCCHI, M. **Hotelaria: Planejamento e Gestão**. São Paulo: Futura, 2002.

POUSADA CANYON GUARTELÁ. **A pousada**. Disponível em: <http://www.pousadadocanyonguartela.com.br/pousada>

RIBEIRO, Karla C. C. **Meios de hospedagem**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2011. 62 p. Disponível em: https://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_meios_hosp.pdf

TIBAGI, PREFEITURA DE TIBAGI. Breve história de Tibagi. Disponível em: https://tibagi.pr.gov.br/downloads#categoria_breve-historia-de-tibagi. Acesso em: 26 jul. 204

TIBAGI. SECRETARIA DE TURISMO. **Guartelá**. Disponível em: <https://turismo.tibagi.pr.gov.br/guartela.html>

WOODRUFF, Robert B. **Customer Value: The Next Souce for Competitive Advantage**. Journal of the Academy of Marketing Science, v. 25, n. 2, p. 139-153.

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO PARA COLETA DE DADOS

Questionário Pousada Canyon Guartelá

Pesquisa aplicada para obtenção de dados do Trabalho de Conclusão de Curso de Sabrina Woiczack, no curso de Turismo Bacharelado pela Universidade Estadual de Ponta Grossa.

1. Idade: ____
2. Cidade e estado de origem: _____
3. Visitou a Pousada do Canyon Guartelá sozinho ou acompanhado (a)?
 - Família
 - Amigos
 - Sozinho
 - Namorado(a)/esposo(a)
 - Outros
4. Modalidade de ingresso:
 - Camping Pousada Day Use
5. Quantas vezes já visitou?
 - 1 2 3 4+
6. Visitaria novamente? Sim Não
7. Quais estruturas e serviços utilizou?
 - Bar
 - Restaurante
 - Piscina
 - Quiosques
 - Trilhas
 - Banheiros
8. (Acesso) A estrada e as placas indicativas estão em boas condições para trânsito?
 - Sim Não
9. (Acesso) Você já teve dificuldade de adquirir algum serviço da pousada?
 - Sim Não
10. (Acesso) As instalações do banheiro são acessíveis?
 - Sim Não
11. (Acesso) O horário de recepção, bar, conveniência, café da manhã estão funcionando de acordo com os horários divulgados?
 - Sim Não
12. (Ambiente) As acomodações da pousada são bem ventiladas?
 - Sim Não
13. (Ambiente) Os alimentos e bebidas do bar e do restaurante são servidas na temperatura adequada?
 - Sim Não
14. (Ambiente) Como você descreveria a atmosfera geral do lugar?

15. (Ambiente) Quais emoções experimenta ao entrar nas dependências da pousada?

16. (Elemento humano) Os serviços da pousada e do camping foram apresentados por algum funcionário?

() Sim () Não () Em partes

17. (Elemento humano) Os funcionários estavam informados sobre os procedimentos, história e atrativos do local?

() Sim () Não () Em partes

18. (Experiência) As placas interpretativas são suficientes para compreender os atrativos?

() Sim () Não

19. (Experiência) Você reconhece diferentes formas de entretenimento no local?

() Sim () Não

(Experiência) A limpeza e a manutenção em geral dos atrativos são agradáveis ao olhar?

() Sim () Não

20. (Experiência) O lugar proporciona fuga de rotina?

() Sim () Não

21. (Segurança) O sistema de combate a incêndios é bem visível?

() Sim () Não

22. (Segurança) Você acredita que os sistemas de segurança (incluindo pessoas) estão de acordo com a estrutura e a quantidade de turistas que a pousada recebe?

() Sim () Não () Talvez

23. (Segurança) Os pagamentos são feitos por meios confiáveis?

() Sim () Não

24. (Qualidade técnica) A estrutura e serviços locais são de bom custo/benefício?

() Sim () Não

25. (Qualidade técnica) De nota de 1 a 5 a capacidade de atendimento da recepção, restaurante e bar. Sendo 1 igual a péssimo e 5 ótimo

() 1 () 2 () 3 () 4 () 5

26. (Qualidade técnica) Há meios de se comunicar externamente?

() Sim () Não

27. (Qualidade técnica) O local está equipado para atender hóspedes em diversas condições climáticas?

() Sim () Não

28. (Qualidade técnica) A pousada possui alguma inovação em serviços?

() Sim () Não

29. (Qualidade técnica) Pelas condições que se encontram, o ambiente e equipamentos estão adequados para uso? Comente.

() Sim () Não

30. (Qualidade técnica) Conforme os limites da área onde se encontra a pousada, você acredita que deve ser utilizado mais serviços tecnológicos?

() Sim () Não

31. Comentários extras
