

LILIAN ALINE VICENTE

**ROTEIRO TURÍSTICO NA HOTELARIA: UM ESTUDO DE CASO DO HOTEL
FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON EM MALLET-PR.**

IRATI-PR

2012

LILIAN ALINE VICENTE

**ROTEIRO TURÍSTICO NA HOTELARIA: UM ESTUDO DE CASO DO HOTEL
FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON EM MALLETT-PR.**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção de nota na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, do curso de Turismo, da Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO.

Orientadora: Profa. Ms. Vanessa de Oliveira Menezes.

**IRATI-PR
2012**

Dedico este trabalho a meu querido pai “*in memoriam*”, sinto não poder abraçá-lo, mas sei que em algum lugar, sente-se feliz e abençoa a minha conquista.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, pela vida.

A família, em especial a minha mãe Maria Terezinha, pela compreensão e amparo nos momentos difíceis da vida acadêmica, fazendo tudo para que eu conseguisse chegar até o fim.

A minha filha Kamily, pela aceitação e compreensão dos vários momentos em que eu não consegui dar a devida atenção e as brincadeiras que deixamos de fazer juntas.

A minha orientadora Vanessa, não somente pelas orientações, mas também pelo apoio, dedicação e entusiasmo passados, me ajudando a suportar os obstáculos, perseverar e vencer.

As professoras Paula e Elieti, por aceitarem compor a banca e avaliarem meu trabalho.

Aos demais professores, pelo conhecimento e aprendizado passados, os quais não mediram esforços para nos tornar profissionais aptos e responsáveis.

Ao Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, por ter permitido a realização da pesquisa de campo deste trabalho, bem como o auxílio e compreensão transmitidos.

Enfim aos amigos conquistados na vida acadêmica, pelos momentos compartilhados, alegres e tristes, estes que guardarei na memória e no coração eternamente. Lutamos juntos, almejamos juntos e finalmente nossos esforços foram recompensados, a vitória foi alcançada.

Sinceros agradecimentos a todos.

Percorra caminhos que não caminhara antes,
Procure inovar tua vida, e saia da rotina.
É através de novidades que o mundo gira.

Jhonantan Freire

RESUMO

O aperfeiçoamento das tecnologias e o desenvolvimento de novos produtos e serviços são resultados cada dia mais perceptíveis e acessíveis aos consumidores. Isso ocasionou às empresas, a oferta de produtos e serviços com maior envergadura, para atender as necessidades dos consumidores, visando sua satisfação, além de competir com a concorrência. Frente a esta situação, muitos meios de hospedagem, não encontraram alternativa, tendo que se adequar ao mercado, oferecendo algo novo, diferente e que despertasse interesse. Um diferencial que poderia ser trabalhado na hotelaria seria roteiros turísticos, como é o caso deste trabalho, um roteiro turístico local central e periférico a ser executado na cidade de Mallet-PR e ofertado pelo Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon. Portanto este estudo tem como principal objetivo verificar o interesse dos hóspedes do hotel em questão no roteiro turístico. Já os específicos são: levantar quais são os atuais produtos e serviços oferecidos pelo empreendimento; levantar os pontos positivos e negativos da implantação de um roteiro turístico pelo Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon; e propor um roteiro turístico na cidade de Mallet-PR aos hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon. Para alcançar os objetivos propostos foram empregadas as pesquisas bibliográfica, documental e de campo, esta última se concretizou por meio da aplicação de questionários aos hóspedes, bem como auxiliou na elaboração da proposta de roteiro turístico do trabalho, junto com a pesquisa documental. Em relação ao marco teórico do trabalho, abordou-se assuntos relacionados aos meios de hospedagem; produtos e serviços na hotelaria; diferenciais hoteleiros e roteiros turísticos. Por meio dos resultados alcançados pode-se verificar que há interesse dos hóspedes no roteiro turístico, bem como do proprietário em diferenciar seu empreendimento, podendo ofertar, futuramente, um roteiro turístico. Sendo assim desenvolveu-se uma proposta de roteiro, visando atender as expectativas dos clientes.

Palavras chaves: Diferenciais; Hotelaria; Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon; Roteiros Turísticos.

ABSTRACT

The technologies improvement and development of new products and services are increasingly noticeable results and accessible to consumers. This led to companies offering products and a service with greater scale, to meet the consumer's needs, for their satisfaction, and compete with the competition. Faced with this situation, many hotels found no alternative but having to adapt to the market, offering something new, different and awaken interest. A differential that could be worked in hotels would be tours, as is this case, a location central and peripheral running sightseeing tour in Mallet city and offered at Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon. Therefore, this study has as the main goal to verify the interest of the guests involved in the tour itinerary. Already the specific goals are: what are the current lift products and services offered by the enterprise; raise the positives and negatives of establishing a sightseeing tour by Hidromineral Dorizzon Farm Hotel, and propose a sightseeing tour in Mallet city to hotel guests from the hotel. To achieve the proposed objectives were employed bibliographical, documentary and field, the latter one was achieved through the application of questionnaires to guests as well as assisted in the preparation of the proposed tour itinerary of work, along with documentary research. Regarding the theoretical work, we dealt with issues related to hotels facilities, products and services in hotels; differential in hotels and tours. Through the results it can be seen that there is interest in the guests' sightseeing tour as well as the owner to differentiate their enterprise, may offer in the future, a sightseeing tour. Thus developed a proposal for a roadmap to meet customer expectations.

Key words: Differential; Hospitality, Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon; Tourist Routes.

LISTA DE FIGURAS

FIGURAS 01: LOCALIZAÇÃO DA CIDADE DE MALLET-PR.....	48
FIGURAS 02: LOCALIZAÇÃO DO HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON.....	50
FIGURAS 03: ORGANOGRAMA DOS DEPARTAMENTOS DO HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON.....	51
FIGURAS 04: PONTO DE PARTIDA DO ROTEIRO TURÍSTICO.....	55
FIGURAS 05: PARQUE DE LAZER DOS IMIGRANTES.....	56
FIGURAS 06: IGREJA SÃO PEDRO DE MALLET.....	57
FIGURAS 07 E 08: IGREJA SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS.....	57
FIGURAS 09: CHALÉ DO PRODUTOR.....	58
FIGURAS 10 E 11: PRODUTOS E PLACA INDICATIVA DO CHALÉ DO PRODUTOR.....	58
FIGURAS 12: IMAGEM AÉREA DO PESQUE E PAGUE DE EMÍLIO OGRODOSKI.....	59
FIGURAS 13 E 14: ESPAÇO E EQUIPAMENTOS DO PESQUE E PAGUE.....	60
FIGURAS 15: IGREJA DE SÃO MIGUEL ARCANJO.....	61
FIGURAS 16 E 17: PINTURAS ICONOGRÁFICAS E DECORAÇÃO UCRANIANA NO INTERIOR DA IGREJA DE SÃO MIGUEL ARCANJO.....	61
FIGURAS 18: PLACA INDICATIVA DA PROPRIEDADE DE VINHO COLONIAL DOROCINSKI.....	62
FIGURAS 19: ESPAÇO PARA ARMAZENAMENTO DO VINHO.....	62

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01: FAIXA ETÁRIA.....	66
GRÁFICO 02: RESIDÊNCIA NO ESTADO DO PARANÁ.....	66
GRÁFICO 03: CIDADE DE PROVENIÊNCIA.....	67
GRÁFICO 04: HOSPEDAGEM ANTERIOR NO HOTEL.....	68
GRÁFICO 05: PRODUTOS E SERVIÇOS DO HOTEL.....	69
GRÁFICO 06: ROTEIRO TURISTICO.....	70
GRÁFICO 07: PRÁTICA DE ROTEIRO TURÍSTICO ATRAVÉS DE UM EMPREENHIMENTO HOTELEIRO.....	71
GRÁFICO 08: CONHECIMENTO DA CIDADE DE MALLETT-PR.....	72
GRÁFICO 09: INTERESSE NO ROTEIRO TURÍSTICO.....	73
GRÁFICO 10: INTERESSE POSITIVO X MAIS DIAS HOSPEDADO (A) NO HOTEL.....	74

LISTA DE QUADROS

QUADRO 01: ITINERÁRIO DO ROTEIRO TURÍSTICO.....	63
QUADRO 02: SERVIÇOS E CUSTOS INCLUÍDOS NO ROTEIRO TURÍSTICO.....	64

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 METODOLOGIA	16
2 HOTELARIA: CONCEITUAÇÕES, TIPOLOGIAS E PARTICULARIDADES	20
2.1 DEPARTAMENTALIZAÇÃO	25
2.2 PRODUTOS E SERVIÇOS NA HOTELARIA	26
2.3 QUALIDADE DOS PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS	28
2.4 DIFERENCIAIS HOTELEIROS	31
3 ROTEIROS TURÍSTICOS: CONCEITOS E CONSIDERAÇÕES	37
3.1 CLASSIFICAÇÃO DOS ROTEIROS TURÍSTICOS	38
3.2 ELABORAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS	40
3.3 IMPORTÂNCIA DOS ROTEIROS TURÍSTICOS	42
3.4 PONTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DOS ROTEIROS TURÍSTICOS	43
4 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	48
4.1 O MUNICÍPIO DE MALLET-PR	48
4.2 HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON	50
4.2.1 Características e estrutura administrativa	51
4.2.2 Estrutura física	52
4.2.3 Produtos e serviços do hotel	52
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	54
5.1 PROPOSTA DE ROTEIRO TURÍSTICO AO HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON	54
5.2 QUESTIONÁRIO APLICADO AOS HÓSPEDES DO HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON – MALLET-PR	65
5.2.1 Perfil dos entrevistados	65
5.2.2 Hotel	67
5.2.3 Roteiros turísticos	69
CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
REFERÊNCIAS	79
APÊNDICE	83
Apêndice 1 - Modelo de questionário aplicado aos hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, nos meses de junho e julho de 2012	84

INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos, novas tecnologias surgiram, mais produtos e serviços foram desenvolvidos e com maior envergadura para atender aos anseios dos consumidores, aumentando assim a competitividade entre as empresas. Neste sentido evidencia-se cada vez mais a necessidade dos estabelecimentos hoteleiros inovarem seus serviços a fim de atrair uma maior demanda e assim conseguirem se manter no mercado.

Neste contexto, muitos empreendimentos hoteleiros oferecem além de alojamento, base da hotelaria, outros produtos e serviços diferenciados com o intuito de competir com a concorrência, e conseguir a fidelização de um número maior de clientes. É o caso dos empreendimentos voltados ao segmento de lazer, que oferecem além da hospedagem, uma variedade de atividades de lazer e recreação. Outro exemplo pode ser dos estabelecimentos hoteleiros com estrutura diferenciada, que disponibilizam salas específicas para a realização de eventos.

Este trabalho de pesquisa abordará um produto a mais para ser comercializado dentro da hotelaria. Verificará se os hóspedes têm interesse na oferta de um roteiro turístico na forma de um produto diferenciado e ofertado por um empreendimento hoteleiro aos seus clientes, e a partir destes dados, fará a proposição para possível operacionalização. Porém ressalta-se que este produto complementar, se aceito, será comercializado pelo próprio estabelecimento hoteleiro e não por um escritório de agência de viagem dentro do hotel, sendo que já existe este tipo de serviço em determinados meios de hospedagem. Vale ressaltar que no decorrer do trabalho será realizada uma proposta de roteiro turístico ao empreendimento hoteleiro de estudo, e sua operacionalização ficará a critério da empresa. Esta seria uma forma em que os hóspedes poderiam aumentar sua estadia no estabelecimento, fomentando ainda mais a rentabilidade do mesmo.

Geralmente são os empreendimentos hoteleiros que fazem parte da atividade de roteiro turístico, configurando-se como um de seus serviços. Mas no desenvolvimento desta pesquisa uma nova forma de integrar a hotelaria dentro de um roteiro turístico estará sendo trabalhada, entretanto não com o intuito do meio de hospedagem ser o produto integrante do roteiro, mas sim o roteiro ser um produto ofertado dentro da hotelaria, através da comercialização de um roteiro turístico por um empreendimento hoteleiro.

O objeto de estudo deste trabalho é o Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, localizado no município de Mallet-PR. Segundo dados do portal eletrônico da Prefeitura Municipal de Mallet (2012), o município está localizado no sudeste paranaense, a aproximadamente 230 quilômetros da capital do estado, Curitiba, possuindo uma área de 723.085 quilômetros quadrados. Quanto à população, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e estatística - IBGE (2012), no ano de 2010, se perfazia em 12.973 habitantes, sendo estes divididos basicamente em duas etnias; a polonesa e a ucraniana. O turismo na cidade de Mallet-PR é uma atividade que necessita ainda ser desenvolvida, apesar de possuir atrativos de interesse cultural para a região, como antigas igrejas, entre estas a Igreja de São Miguel Arcanjo, construída por imigrantes ucranianos a mais de 100 anos, objetos artesanais e gastronomia típica ucraniana e polonesa.

O empreendimento hoteleiro de maior prestígio na localidade é o Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, sendo um espaço de lazer familiar, que oferece ao público interessado, uma variedade de atividades e contato com o meio do campo, como passeio de charrete, trator, caiaque, bicicleta, cavalgada, trilha, entre outros. A possibilidade da implantação de um roteiro turístico como diferencial deste hotel será estudado no desenvolvimento deste trabalho. Vale ressaltar que a possível comercialização do roteiro turístico pelo hotel analisado, perfaz-se como algo novo na hotelaria, o próprio hotel, e não uma agência de viagem em suas dependências, apresentar a oferta de um roteiro turístico aos hóspedes como uma opção a mais de atividade de entretenimento.

Este hotel foi escolhido para desenvolver esta pesquisa por ser um empreendimento hoteleiro de lazer turístico, voltado para famílias e grupos de pessoas que buscam por descanso, lazer e recreação, lembrando que o mesmo já oferece uma gama de atividades de lazer dentro do próprio estabelecimento. O estudo da implantação de um roteiro turístico será importante tanto para o hotel, como também para os hóspedes que terão uma opção a mais de atividades e a oportunidade de conhecer o município Mallet-PR, e seus respectivos atrativos culturais.

Portanto, a problemática levantada é: Os hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon teriam interesse em um roteiro turístico pela cidade de Mallet-PR, sendo este ofertado pelo próprio empreendimento?

Para responder a este problema, foi levantado como objetivo geral verificar se os hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon têm interesse em um roteiro turístico pela cidade de Mallet-PR como uma opção a mais de atividade ofertada pelo empreendimento. Já os objetivos específicos são; levantar quais são os atuais produtos e serviços oferecidos pelo empreendimento; levantar os pontos positivos e negativos da implantação de um roteiro turístico pelo Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon; e propor um roteiro turístico na cidade de Mallet-PR aos hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon.

Este tema foi escolhido por constituir um trabalho relevante para o curso, já que não há a existência de nenhuma pesquisa semelhante a esta dentro da UNICENTRO, o qual irá expor um roteiro turístico comercializado dentro da hotelaria, porém este não exclui os trabalhos já realizados dentro da academia relacionados a este tema.

O referido trabalho é importante para a academia, pois devido a falta de referenciais bibliográficos que abordem especificadamente a temática produtos e serviços na hotelaria, este trabalho poderá trazer um embasamento teórico a respeito deste tema, favorecendo assim oportunidades para o desenvolvimento de novas pesquisas nesta área.

Para o turismo de modo geral, um estudo deste potencial servirá como modelo e incentivo aos empreendimentos hoteleiros a buscar diferenciais, inovar seus produtos, atrair um número maior de clientes, e também contribuir para o fomento da atividade turística. Proporcionará maior conhecimento na área de hotelaria e realização de roteiros turísticos, e como estes podem estar relacionados.

A academia poderá obter maiores conhecimentos sobre o Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, quais são os produtos e serviços que eles comercializam atualmente, e se os hóspedes reais possuem interesse em adquirir um novo produto no caso um roteiro turístico na cidade de Mallet-PR.

Os hóspedes também terão a oportunidade de apreciar a cidade, conhecida pelas culturas polonesa e ucraniana altamente presentes em seu povo.

Ainda o desenvolvimento desta pesquisa também poderá ser favorável para o próprio estabelecimento hoteleiro, o qual conseguirá manter por mais tempo seus hóspedes e conseqüentemente obtenção de maior lucro, caso a resposta da problemática seja positiva.

A atividade turística no município de Mallet-PR poderá ser incrementada com esta iniciativa, pois devido à prática do roteiro turístico, haverá mais turistas circulando pelo município, visitando os atrativos, e isso poderá influenciar o desenvolvimento da cidade em si, através de investimentos em infraestrutura, comércio, cultura, entre outros.

Por fim, este trabalho poderia ter importância para todos os envolvidos, seja para o Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, seja para seus hóspedes, para o município de Mallet-PR e para o universo acadêmico.

A seguir apresenta-se o desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, ressaltando que este estudo está dividido em capítulos, estrutura exigida para este tipo de trabalho, por proporcionar uma melhor organização e entendimento dos assuntos abordados.

O primeiro capítulo traz a metodologia escolhida para compor o trabalho, apresentando os métodos aplicados e como foi realizada a análise dos dados. O capítulo 02 apresenta a fundamentação teórica, tendo o título: Hotelaria: conceituações, tipologias e particularidades; abordando os seguintes tópicos: Departamentalização; Produtos e serviços na hotelaria; Qualidade dos produtos e serviços turísticos; e Diferenciais hoteleiros. O capítulo 03 continua sendo o marco teórico, contudo destacando o principal elemento estudado neste trabalho, ou seja, Roteiros turísticos: conceitos e considerações, que apresentará macro-temas como: Classificação dos roteiros turísticos; Elaboração de roteiros turísticos; Importância dos roteiros turísticos; e Pontos positivos e negativos da elaboração de roteiros turísticos.

Após o marco teórico apresenta-se o capítulo 04, que traz a caracterização do objeto de estudo, expondo assuntos relevantes sobre o Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon.

O capítulo 05 refere-se a apresentação e análise dos resultados da pesquisa, trazendo a proposta de roteiro turístico, elaborada pela acadêmica, bem como a resposta da problemática e do objetivo geral do trabalho.

O último capítulo apresenta as considerações finais do trabalho, a relevância do estudo e da elaboração deste trabalho de pesquisa para a autora.

Adiante segue as referências buscadas para compor a monografia.

Por fim apresenta-se o apêndice 1, trazendo o modelo de questionário aplicado aos hóspedes do hotel de estudo, método escolhido para coletar os dados da pesquisa.

1 METODOLOGIA

Com relação ao método de pesquisa, esta enquadra-se tanto no caráter quantitativo quanto qualitativo, pois utilizou-se ambos os métodos em momentos diferentes. Primeiramente a pesquisa foi considerada quantitativa porque se trabalhou com amostra probabilística, ou seja, aplicou-se um determinado número de questionários aos hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon – Mallet-PR, mais especificadamente 300 questionários, para verificar se eles tinham interesse em um roteiro turístico pela cidade de Mallet-PR como uma opção a mais de atividade ofertada pelo referido empreendimento. E em um segundo momento, a mesma assumiu caráter qualitativo, pois analisaram-se as informações dos referidos questionários, buscando assim a essência das informações coletadas.

Este trabalho teve também caráter exploratório, pois se fundamentou na utilização de um assunto novo, partiu do pressuposto que a temática abordada nesta pesquisa é ainda pouco conhecida na academia, e que o aprofundamento deste trabalho proporcionará um maior conhecimento sobre roteiros turísticos como produto hoteleiro.

Foi uma pesquisa de enfoque organizacional, pois a mesma realizou-se em apenas uma organização, ou seja, em um empreendimento hoteleiro. O objeto de estudo desta pesquisa foi o Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, localizado no município de Mallet-PR.

Para a coleta de informações utilizaram-se fontes de dados primários e também secundários. Na primeira, alcançaram-se os dados por meio dos questionários aplicados aos hóspedes. E secundárias utilizou-se elementos de teor bibliográficos como artigos, periódicos, os quais foram coletados na primeira fase da pesquisa. Por meio de pesquisa documental foram levantados documentos do hotel como relatório de perfil do hóspede e de ocupação hoteleira. Esses dados foram utilizados para definir a amostra de turistas a serem questionados. Além disso, também utilizou-se o inventário da cidade de Mallet-PR, recorrido no próprio hotel, uma vez que este estabelecimento possui um exemplar do documento. Esse material auxiliou na proposta do roteiro, último objetivo específico do estudo.

Para a obtenção dos objetivos, em um primeiro momento realizou-se a pesquisa bibliográfica que serviu para elucidar conceitos e aprimorar o conhecimento sobre o tema. Buscou-se materiais que abordassem assuntos sobre

meios de hospedagem, produtos e serviços na hotelaria, diferenciais hoteleiros, produtos e serviços turísticos, e roteiros turísticos. Utilizou-se referenciais bibliográficos como Castelli (2001), Cândido e Vieira (2003), Bahl (2004) e artigos científicos que abordam assuntos relacionados à hotelaria e qualidade dos produtos e serviços hoteleiros como os de Chehade (2007) e Santos, Barbosa, e Oliveira (2011).

Após a pesquisa bibliográfica, foi realizada a pesquisa de campo, que se concretizou por meio da aplicação de questionários com os hóspedes (VIDE APÊNDICE 1), técnica escolhida para ilustrar o objetivo desta pesquisa. O número de questionários aplicados foi definido por amostra probabilística, do tipo amostragem aleatória simples, pois houve uma seleção casual das pessoas questionadas que partiu de um determinado número de amostra. Ressaltando que escolheu-se os hóspedes questionados aleatoriamente, cujo questionário foi aplicado durante o período de permanência do hóspede no hotel, não somente no *check-out*. Sendo uma parte dos questionários deixados no balcão da recepção, para preenchimento voluntário, e a maioria entregue pessoalmente aos hóspedes pela acadêmica.

A ocupação hoteleira anual é de 1176 hóspedes. Esse número foi obtido com base na capacidade de hóspedes do hotel (120 hóspedes por dia), e nas taxas de ocupação mensal, de alta e baixa temporada e de feriados prolongados. Alcançaram-se os dados com o proprietário e administrador do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, o qual especificou verbalmente, em entrevista informal, que nos meses de julho, dezembro, janeiro e fevereiro, considerados período de alta temporada, a taxa de ocupação fica em torno de 70%, ou seja, 84 hóspedes por mês. Consideraram-se os quatro meses deste período, o hotel recebeu 336 hóspedes. O restante, período de baixa temporada, a ocupação hoteleira é de 50%, a qual equivale a 60 hóspedes por mês. Consideraram-se os oito meses restantes, 480 hóspedes neste período. Ainda analisaram-se os feriados prolongados, cuja taxa de ocupação é de 100%, ou seja, 120 hóspedes. Como são três feriados expressivos para o hotel (*Corpus Christi*, Natal e Ano Novo), foram 360 hóspedes nestes períodos. Assim teve-se a soma:

$336 \text{ (alta temporada)} + 480 \text{ (baixa temporada)} + 360 \text{ (feriados prolongados)} = 1176 \text{ hóspedes anualmente.}$

Sendo assim, a amostra desta população foi de **290 hóspedes**. Este número foi obtido por meio da fórmula estatística da obra de Dancey e Reidy (2006). Porém ressalta-se que mesmo a fórmula indicando este número de questionamentos, foram aplicados **300 questionários**, para facilitar a tabulação dos dados.

$$n = \frac{N}{1 + \frac{N \times d^2}{Z^2 \times p \times q}}$$

Onde:

n = número de elementos da amostra, ou seja, o tamanho da amostra.

N = número de elementos da população, ou seja, o total de hóspedes que o Hotel recebe por ano.

Z = valor da abscissa da curva normal associada ao nível de confiança.

d = erro tolerável da amostra em porcentagem.

p e q = proporção de se escolher uma dada empresa aleatoriamente.

Assim tem-se:

- Tamanho da população N= 1176 hóspedes;
- Margem de erro d= 5%;
- Nível de confiança (%) 95%;
- Abscissa da curva normal Z= 1,96%; e
- Proporção estimada (%) p e q= 50% cada.

Também realizou-se uma entrevista informal e não estruturada com o proprietário e administrador do hotel, o Sr. Luis Cesar Abib, a fim de levantar informações pertinentes do próprio estabelecimento. A partir desta técnica, identificou-se os produtos e serviços atuais do hotel, e o interesse do administrador na possível comercialização de um roteiro turístico, como uma atividade a mais do seu estabelecimento.

A pesquisa com os hóspedes e a entrevista com o proprietário aconteceram nos meses de junho e julho de 2012, período em que o hotel abordado no trabalho encontrava-se com alta taxa de ocupação. Após a coleta dos dados, tabulou-se e

apresentou-se estes na forma de gráficos para assim facilitar o entendimento do trabalho e relatório escrito.

2 HOTELARIA: CONCEITUAÇÕES, TIPOLOGIAS E PARTICULARIDADES

Neste capítulo serão abordados conceitos e considerações sobre a área de hotelaria e aspectos relacionados a empreendimentos hoteleiros, como tipos de meios de hospedagem, departamentalização, produtos e serviços hoteleiros e ainda diferenciais que podem existir dentro deste segmento.

As pessoas viajam motivadas por inúmeras razões seja descanso, lazer, saúde, cultura, entre outros. Foi decorrente dos deslocamentos que a hotelaria entrou em cena e começou a fazer parte do turismo, pois as pessoas necessitavam de um lugar que fornecesse alojamento e alimentação durante suas viagens.

Estes locais onde os viajantes se hospedavam para descansar e se alimentar durante suas viagens passaram por mudanças, evoluindo com o passar dos anos, porém o fato que não sofreu alterações é a importância destes meios, principalmente por fornecer abrigo e alimentação a quem os recorre.

A hotelaria é uma área do turismo com certa abrangência; possui em seu conjunto uma variedade de estabelecimentos, que oferecem além de seu serviço base, o alojamento, outros tipos de serviços que variam de acordo com suas instalações. Sendo assim, para uma compreensão mais eficaz desta atividade, essencial para a realização do turismo de forma satisfatória, necessita-se de uma maior explicação de conceitos que circundam a atividade hoteleira.

De acordo com Davies (2007) o universo hoteleiro é como se fosse uma indústria que produz bens e serviço. Assim como outras empresas, possui particularidades de organização, e sua principal função é o fornecimento de serviços como alimentação, hospedagem, segurança e outros relacionados à atividade de hospitalidade.

Castelli (2001, p. 56) conceitua empreendimento hoteleiro como “[...] uma organização que, mediante o pagamento de diárias, oferece alojamento à clientela indiscriminada”. Petrocchi (2007, p. 02) também traz suas considerações sobre o tema ao expor que “Empresa hoteleira é a pessoa jurídica que explora ou administra meios de hospedagem, tendo como objetivos sociais o exercício da atividade hoteleira”.

Neste contexto um termo muito usado e conhecido por grande parte das pessoas são os hotéis, sendo este referenciado por Cândido e Vieira (2003) como o estabelecimento onde os turistas encontram hospedagem e alimentação, e pagam

por esses serviços. Também é considerado uma empresa que visa a obtenção de lucro, através de seus serviços de alojamento, alimentação e entretenimento (CÂNDIDO e VIEIRA, 2003).

Estes autores descrevem os locais que oferecem alojamento e alimentação a seus clientes com diferentes abordagens, seja sob a forma de uma indústria de bens e serviços, ou uma empresa do ramo hoteleiro, e ainda como um hotel, mas que de uma forma geral possuem o mesmo direcionamento, ou seja, lugares específicos que fornecem hospedagem, alimentação, e em alguns casos diversão, mediante pagamento pelos serviços recebidos.

Sendo os meios de hospedagem estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, e tendo como serviço base vender alojamento às pessoas que o necessitam, o artigo 23º da Lei 11.771, de 17 de setembro de 2008 – Lei Geral do Turismo, traz o seguinte conceito

Consideram-se meios de hospedagem os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária (BRASIL, 2012a, s/p).

No turismo, os meios de hospedagem, além serem empresas prestadoras de serviços turísticos, também se configuram como parte dos equipamentos turísticos, comercializados dentro do mercado do turismo. De acordo com Cândido e Vieira (2003, p. 24)

São chamados de equipamentos turísticos todas as construções que permitem a prestação de serviços específicos e indispensáveis aos turistas: agências de viagens, operadoras, hotéis, restaurantes, transportadoras locais, diversão (casa de shows, estádios, teatros,), etc.

Devido ao fato do turismo constituir uma atividade social e diversificada, houve a necessidade dos meios de hospedagem se especializarem em atender a tipos específicos de públicos, e assim foram divididos visando um melhor atendimento ao hóspede.

De acordo com Beni (2003) os meios de hospedagem estão distinguidos em: meios de hospedagem hoteleiros e extra-hoteleiros. Os hoteleiros são os que podem ser classificados no Ministério do Turismo (Mtur); já os extra-hoteleiros podem não possuir classificação própria, e sua qualidade remete a necessidade do hóspede.

De acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2012 b) os meios de hospedagem hoteleiros são:

I - Hotel: estabelecimento de alojamento temporário, com serviço de recepção, alimentação ou não, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária;

II - *Resort*: estabelecimento hoteleiro com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponibiliza outros serviços como de estética, recreação, atividades físicas, e interação com a natureza no próprio empreendimento;

III – Hotel Fazenda: localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo;

IV – Cama e Café: hospedagem em uma residência tendo no máximo três unidades habitacionais para usufruto do turismo, com serviços de café da manhã e limpeza;

V – Hotel Histórico: instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, que possua algum valor histórico ou ainda tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida;

VI - Pousada: estabelecimento na forma horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, sendo alojamento temporário, com serviços de recepção, alimentação, podendo ser em prédio único com até três pavimentos, ou sob a forma de chalés ou bangalôs;

VII – Flat/ Apart-hotel: conjunto de unidades habitacionais que disponham de instalações mínimas como dormitório, sala e cozinha equipada, banheiro privativo em edifício com administração e comercialização integradas, e que deve possuir serviço de recepção, limpeza e arrumação.

Já os meios de hospedagem extra-hoteleiros ressaltados por Beni (2003) são:

I - Pensão: estabelecimento comercial de hospedagem caracterizado como um ambiente mais simples, com serviços característicos de alojamento, normalmente de caráter familiar, servindo para locação de quartos individuais ou compartilhados, com banheiro coletivo, e refeições junto às diárias.

II - Pensionato: possui certa igualdade a uma pensão, sendo o que diferencia-se desta é o tipo de clientela, estruturada pelos estudantes universitários, terceira idade, jovens profissionais, entre outros, podendo classificar-se pelo perfil do cliente.

III - Colônia de férias: estabelecimento comercial direcionado a associados de entidades públicas ou privadas, possuindo instalações, equipamentos e serviços de

alojamento, destinado aos seus associados, geralmente um grupo de pessoas, para aproveitar suas férias.

IV - Hospedarias: estabelecimentos de hospedagem, com alguns serviços podendo conter alimentação, banheiros privativos ou coletivos, com condições mínimas de conforto e higiene, também quase igual a pensão.

V - Albergue de turismo (*hostel*): muito popular entre estudantes, é destinado ao atendimento do turismo social, existe na maioria dos países, já muito difundido na Europa e nos Estados Unidos, atualmente expandindo-se na América do Sul. Possui instalações e serviços básicos para atender a um público específico de alojamento de segmentos sociais com poucos recursos financeiros. Apresenta unidades habitacionais simples, contendo quartos individuais ou dormitórios coletivos com serviços parciais de alimentação. Concentram-se em sua maioria nos grandes centros urbanos. O *hostel* também se apresenta como um meio de hospedagem alternativo. O órgão responsável pelos albergues no Brasil é a rede internacional *Hostelling International*, incumbidos pela padronização e detentora da marca mundial dos albergues. (WILTGEN, 2011).

VI - Parador: estabelecimento comercial de hospedagem, com determinadas semelhanças às de pousada, diferenciando-se desta por localizar-se somente em lugares e edificações de estrito valor histórico-arquitetônico como castelos, mansões, antigas estalagens e fortalezas, entre outros.

VII - Acampamento de férias: estabelecimento comercial de hospedagem voltado principalmente a crianças e jovens para a prática de atividades recreativas, desportivas e culturais. Sendo encontrados predominantemente no campo ou ao longo do litoral. Apresenta os alojamentos sob a forma de pavilhões, com dormitórios e banheiros coletivos. É comercializado em pacotes nos períodos correspondentes à feriados prolongados e férias escolares. Nos outros períodos do ano é oferecido para a realização de diversos tipos de eventos.

VII - *Camping*: espaço comercial para ser alugado, com instalações e serviços, destinados para a instalação de barracas e/ou estacionamento de *trailers*. Dispõe de infraestrutura básica (iluminação) em toda sua área, possuindo também serviços de alimentação e higiene.

IX - Imóvel locado: locação por um determinado tempo de uma casa ou apartamento em qualquer época do ano para fruição de férias, feriados prolongados e descanso.

X - Segunda residência: residência própria para desfrutar em férias, fins de semana e feriados prolongados, sob a forma de condomínio horizontal, condomínio vertical (apartamentos), conjunto habitacional, casa isolada e outros.

XI - Quartos leitos (avulsos) em casas de família ou estabelecimentos não comerciais de alojamento: locação de quartos ou leitos, com ou sem fornecimento de refeições, normalmente encontrada em destinações turísticas com farta oferta de alojamentos convencionais.

XII - Alojamento de turismo rural: oferta de alojamento e recreação de pequena escala, coordenadas local e comercialmente, destinados a prática do turismo rural.

O empreendimento hoteleiro estudado nesta pesquisa se destaca como um hotel fazenda, devido principalmente ao contexto campeiro que apresenta e as características das atividades de lazer e recreação que oferece a seus hóspedes.

De acordo com Beni (2003, p. 332)

Hotel-fazenda é estabelecimento comercial de hospedagem situado em propriedades rurais e antigas fazendas, com equipamentos novos ou adaptados de tradicionais edificações originais, voltado à prática de atividades recreacionais campestres e contato com a natureza.

Roque e Vivan (1999, p. 08) também trazem considerações sobre esse tipo de meio de hospedagem ao afirmar que “os hotéis-fazendas são propriedades inseridas no espaço rural, relacionadas ou não com atividades agropecuárias”. Outro aspecto considerado por Roque e Vivan (1999) é a questão da diferenciação de atendimento a diversos nichos de mercado, como grupos de idosos, jovens, famílias, excursões, grupos empresariais, entre outros.

Os hotéis fazenda fazem parte do conjunto de estabelecimentos que oferecem produtos e serviços diferenciados, que vão além dos produtos comuns como hospedagem e alimentação. Este tipo de empreendimento pode oferecer infraestrutura de lazer e entretenimento, atividades rurais, contato com a natureza, entre outros serviços, proporcionando ao hóspede uma interação mais acentuada com este meio do campo (rural). Os serviços neste tipo de hotel, assim como os outros meios de hospedagem, visam proporcionar bem estar ao hóspede e tranquilidade. No caso dos hotéis fazenda, por geralmente serem mais distantes dos centros urbanos, estes se especializaram em proporcionar descanso, contato com a natureza e atividades de lazer que os hóspedes almejam nestes tipos de

estabelecimentos, como se fosse um abrigo para se refugiarem da vida estressante das cidades.

O Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon é um estabelecimento situado em ambiente rural, que oferece produtos e serviços em conjunto com este meio, através de atividades como cavalgada, passeio de charrete, passeio de trator, caminhada no meio natural, entre outras.

Como pode-se perceber os meios de hospedagem são bastante diversificados, onde o turista tem a oportunidade de escolher de acordo com as instalações e serviços que o estabelecimento oferece.

Os meios de hospedagem, independente de sua tipologia, têm a missão de atender a necessidade dos turistas nos destinos, pois na maioria das vezes é descanso que os mesmos procuram.

Para uma compreensão mais eficaz do que são os meios de hospedagem, sua diferenciação e como funciona sua administração, estes ambientes são divididos em departamentos. Cada departamento possui serviços a serem executados por seus colaboradores, e assim atender as necessidades dos hóspedes, oferecendo serviços que buscam a satisfação e conseqüentemente a fidelização dos consumidores.

2.1 DEPARTAMENTALIZAÇÃO

Os meios de hospedagem de médio e grande porte (com estruturas, instalações maiores e mais equipados) são divididos em departamentos, e estes em subdepartamentos quando oferecem vários tipos de serviços como hospedagem, alimentação, lazer, eventos, *spa*, entre outros. No caso de empreendimentos de pequeno porte que oferecem apenas o serviço de hospedagem, este possui apenas um departamento que é o de hospedagem.

Ressalta-se que este trabalho tem como objeto de estudo um estabelecimento hoteleiro, sob a forma de hotel fazenda, onde são oferecidos vários tipos de serviços além de alojamento. Mas como o elemento principal trabalhado nesta pesquisa é roteiro turístico, faz-se necessário neste momento apenas citar os departamentos mais comuns encontrados nestes tipos de hotéis e em grande parte dos meios de hospedagem, sendo estes: Departamento de hospedagem; Alimentos

e bebidas; e Departamento administrativo. A divisão destes departamentos será explorada na próxima etapa deste trabalho.

2.2 PRODUTOS E SERVIÇOS NA HOTELARIA

O turismo se caracteriza como prestação de serviços, este fenômeno abrange produtos e serviços destinados a atender a necessidade dos turistas, sejam na forma de agências de turismo, meios de hospedagens, transportadoras, atrativos turísticos, roteiros turísticos, destinações, entre outras, que estão à disposição dos turistas quando estes os necessitam.

A própria atividade turística é um produto como salientam Fernandes; Coelho (2002), quando afirmam que o turismo é um produto com características especiais que o torna diferente dos demais. O consumo do turismo pode não ser de imediato, e geralmente ele tende a ser planejado e programado. (FERNANDES; COELHO, 2002).

Ainda Fernandes; Coelho (2002) explicam em sua obra que para o empreendedor de um hotel, seu próprio estabelecimento é um produto turístico, mas para o cliente/turista, não passa de um complemento da viagem, ou seja, um produto da cadeia produtiva da oferta turística. E a qualidade do produto é um fator essencial.

Petrocchi (2007, p. 01) salienta que “O produto turístico é constituído por três serviços básicos: o transporte, a hospedagem e o atrativo da viagem, que pode ser o lazer ou qualquer outra motivação”.

Quando o turista adquire um produto ou serviço turístico, como por exemplo, um roteiro turístico, este envolve uma série de aspectos como ressalta Fernandes; Coelho (2002, p. 123)

É uma cadeia de subprodutos que, no total, compõem o chamado “produto turístico”, que para o turista não pode haver falha. Um erro da agência na marcação do bilhete, ou um péssimo atendimento na recepção do hotel, ou uma espoliação por parte do motorista de táxi, pode pôr a perder todos os esforços desenvolvidos pelos demais componentes dessa corrente.

De uma forma mais simplificada Lage e Milone (2001, p. 51) trazem que “produto turístico é o conjunto de bens e serviços relacionados a toda e qualquer

atividade de turismo”. Ainda os autores ressaltam que em especial o produto turístico pode ser definido como um produto composto, equivalente a uma ligação de certos componentes como transporte, acomodação, alimentação e entretenimento, afirmando a consideração de Petrocchi (2007).

Neste contexto, os produtos turísticos são todos os bens com finalidade de turismo, estruturados para atender a necessidade dos turistas e comercializados no mercado turístico, como por exemplo, uma destinação turística, um atrativo, um *resort*, um roteiro turístico, entre outros.

Existem vários autores que definem produtos e serviços turísticos, porém dentro do segmento hoteleiro observa-se uma falha, pois há poucos referenciais que abordem conceitos do que realmente são produtos e serviços hoteleiros.

Um dos autores que escrevem a respeito dos produtos e serviços comercializados pelos meios de hospedagem é Davies (2007), o qual traz em sua obra que o produto hoteleiro pode ser definido como sendo um conjunto de bens e serviços que se destinam a satisfazer o cliente, onde estes se constituem em bebidas, refeições, apartamentos, salas de reuniões, lavanderia, telefonia, etc.

Quanto aos serviços, Davies (2007) ainda salienta que os mesmos são constituídos pela junção de ações que fazem com que o cliente possa desfrutar dos bens, como por exemplo, uma boa acolhida, um sorriso, simpatia, ou seja, os que agregam valor à intangibilidade, sendo assim, os serviços ao serem contemplados, comportam certa medida de subjetividade.

Caon (2008) também traz considerações e ressalta a intangibilidade dos serviços, ao expor que um hotel oferece aos seus hóspedes aspectos claramente intangíveis, como a hospitalidade, a segurança, entre outros, e oferece também produtos físicos como alimentação e produtos de higiene pessoal. Sendo assim, pode-se dizer que os produtos e serviços hoteleiros são bens materiais e imateriais que foram estruturados para atender os hóspedes, ou seja, vendidos dentro dos meios de hospedagem, os quais envolvem valor monetário, em que o hóspede paga por estes.

São exemplos de produtos hoteleiros as unidades habitacionais, a comida servida no restaurante, as salas para eventos, os *souvenirs* do hotel, salão de jogos, internet, estacionamento, entre outros. Estes são os produtos físicos de um empreendimento hoteleiro; além destes, ainda existem os produtos e serviços que não podem ser tocados, nem sentidos, e que também são oferecidos dentro dos

meios de hospedagem como as atividades de lazer e recreação dos *resorts* e hotéis fazenda; os passeios; o atendimento dos recepcionistas; e a hospedagem de uma forma geral, lembrando que o termo serviço, como o próprio nome já diz, é simplesmente prestado e não pode ser experimentado antes de recebê-lo.

Castelli (2001, p. 217) complementa ressaltando que “o apartamento é o principal produto vendido pelo hotel”.

Na hotelaria existem diferentes produtos e serviços oferecidos aos hóspedes e destinados a atender seus anseios. Eles são elaborados e prestados visando à satisfação de seus clientes.

No entanto deve-se ressaltar que os produtos e serviços hoteleiros variam de acordo com o tipo de estabelecimento, eles não são iguais se comparados a outros meios. Davies (2007, pp. 166-167) salienta algumas características particulares em relação ao produto hoteleiro

- Estático porque é o consumidor que deve ser deslocado e não o produto. [...]. A referência é à sua prestação: apartamentos, salas de reuniões, restaurantes, bar, piscinas, etc.
- A produção, distribuição e consumo do produto hoteleiro são feitos no ato, isto é, simultaneamente no tempo e no espaço. Isso significa, também, a obrigatoriedade da presença física do consumidor para realizar o ato de consumo.
- O produto hoteleiro não é estocável. Os apartamentos, as salas de reuniões que não forem ocupadas no dia, representam uma perda irreversível. [...].
- O produto hoteleiro reúne elementos tangíveis e intangíveis. Após o consumo o hóspede fica somente com uma boa ou má impressão na mente e uma fatura no bolso. O produto hoteleiro é, em parte, imaterial.
- O produto hoteleiro faz parte de um conjunto de prestações, i.e., pacotes, refeições, alojamento, seguros e lazer são, por exemplo, elementos que compõem o pacote, onde o alojamento representa apenas um dos insumos.
- No momento da reserva ou mesmo da compra do produto hoteleiro, o comprador adquire tão-somente o direito de uso e não de posse.
- O produto hoteleiro é de um modo geral, sazonal, i.e., estações do ano, meio ou fim de semana, feriados prolongados, etc.

Os produtos e serviços hoteleiros são estruturados na tentativa de superar as expectativas dos clientes. Os empreendimentos hoteleiros tem o dever de oferecer aos seus clientes, qualidade nos serviços prestados, fator importante atualmente não somente dentro da hotelaria, mas no universo turístico.

2.3 QUALIDADE DOS PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

Muito se fala em qualidade, seja esta interpretada nos produtos e serviços, ou no atendimento. Porém a qualidade remete a necessidade dos consumidores, e também a das empresas para poder se manter no mercado e competir com a concorrência.

De acordo com Paladini (1990, p. 21)

A palavra qualidade não chega a ser, em si, um termo técnico, sendo, na verdade, amplamente empregado na linguagem informal. É extremamente frequente sua utilização em publicidade, sobretudo quando se quer justificar um preço mais elevado para um dado produto, quando comparado a similares. O mesmo argumento é utilizado em atividades comerciais e de prestação de serviços em geral, o que levou a popularização do conceito de qualidade. Exatamente por causa disto, foram atribuídos diferentes significados ao termo, de acordo com a opinião ou enfoque de quem dele faz uso.

De acordo com Garvin (1992, p. 48) “Podem-se identificar cinco abordagens principais para definição da qualidade: a transcendente, a baseada no produto, a baseada no usuário, a baseada na produção e a baseada no valor”.

A transcendente, de acordo com Garvin (1992), tem a qualidade como sinônimo de excelência inata. Não somente absoluta, mas também reconhecida universalmente, uma marca de padrões indiscutíveis e alto nível de realização.

A baseada no produto, a qualidade é vista como uma variável precisa e que pode ser medida. Esta abordagem refere-se a uma dimensão hierárquica à qualidade, pois os produtos podem ser classificados de acordo com a quantidade da matéria-prima desejada e contida no produto. ([Idem], 1992).

Já a baseada no usuário, o mesmo autor, parte do pressuposto que os consumidores possuem diferentes desejos e necessidades, e que os produtos que atendam melhor seus anseios, sejam os que possuem maior qualidade, sendo uma visão pessoal e subjetiva da qualidade.

Considerando a assertiva acima, para um produto ou serviço ser considerado de qualidade este tem que atender a necessidade do cliente fazendo com que este fique satisfeito com o produto que adquiriu. Surpreender o cliente, passar segurança, atender bem, rapidez, cortesia e profissionalismo, são gestos que transmitem qualidade de serviços, fazendo com que os clientes avaliem o que estão adquirindo.

Estas expressões também estão relacionadas com a produção do bem ou serviço, como pode ser comprovado ainda com Garvin (1992) em sua quarta abordagem, a baseada na produção, em que a qualidade é vista através das

práticas de produção. A excelência é igualada ao atendimento das especificações, ou seja, fazer certo desde o início.

Beni (2003) complementa trazendo que a qualidade também é medida através do comportamento humano, em que tanto o ser humano, quanto o local onde este presta o serviço são responsáveis pelo o aumento dos riscos de não atendimento das expectativas da demanda, estimulando assim uma percepção própria da qualidade do serviço. Sendo assim, um bom atendimento, pode passar a imagem de que os produtos e serviços de determinada empresa possuem qualidade.

Já algumas pessoas medem a qualidade dos produtos através de seus valores monetários. A qualidade baseada no valor é como o próprio nome já diz, a qualidade é equiparada aos termos de custo e preço. Sendo que um produto de qualidade é aquele que possui um preço acessível ao consumidor. (GARVIN, 1992).

Observa-se com as assertivas acima sobre a qualidade, que esta pode ser entendida de diferentes formas, dependendo do ponto de vista de cada indivíduo ou empresa que vise repassar esta a seus clientes.

Mesmo diante das diversas visões da qualidade, esta se configura como um elemento importante a ser considerado no mercado, como pode ser observado com a consideração de Paladini (1990) que explicou que a importância da qualidade remete sua ligação com o principal objetivo das empresas, sendo este sobreviver, através da venda de seus produtos serviços, mantendo sua faixa de atuação nos mercados.

Atualmente em um mundo globalizado e em constante mudança, seja por parte dos consumidores, que estão ficando cada vez mais exigentes em relação aos produtos e serviços que adquirem, e também por parte dos empreendimentos hoteleiros que a cada fase buscam por inovações com o intuito de tentar satisfazer as necessidades e anseios de seus clientes, observa-se a importância que os produtos e serviços hoteleiros assumem perante o mercado turístico. A qualidade dos serviços é muito valorizada, tornando-se não mais um diferencial e sim um dever de todos os meios de hospedagem, pois os hóspedes almejam ser bem tratados, e estão dispostos a pagar pelos serviços adquiridos, portanto estes devem agregar qualidade, elemento fundamental para a fidelização de clientes.

Beni (2003) ressalta que a falta de qualidade nos serviços não ocasiona concorrência no mercado, nem entre as empresas, sendo que não somente o preço se configura como elemento fundamental e auxiliador na concorrência, mas também

a correta capacitação profissional dos recursos humanos. O desafio comercial correto está realização do tripé qualidade/ preço/ capacitação profissional. Sendo assim a interação dos termos inovação, produtividade e qualidade remetem a chave para o êxito.

Satisfazer as necessidades e anseios dos clientes não é uma tarefa fácil, pelo contrário, demanda esforço e habilidades, visto que os gostos são diversificados e nenhum cliente é igual ao outro.

De acordo com Chehade (2007, s/p) “A crescente sofisticação das exigências dos clientes e a crescente competição no mercado significam novos desafios para os gestores do setor hoteleiro, levando-os a implementar estratégias para assegurar que o hotel tenha a lealdade dos clientes atuais e futuros”.

No caso deste trabalho, expor sobre a qualidade dos produtos e serviços hoteleiros é importante para mostrar que esta é essencial na hotelaria, e em qualquer empreendimento, cujo objetivo é prosperar. Para alguns empreendimentos, a qualidade é vista como um diferencial, mas deve existir em todos, já que os clientes buscam um bom atendimento, rapidez, profissionalismo e diferenciais. Sendo assim, o meio de hospedagem que está dotado destes requisitos, consegue se desenvolver, mantendo-se no mercado; e o cliente que adquire um produto diferencial e com qualidade tem maiores chances de ficar satisfeito.

A assertiva acima pode ser comprovada com Petrocchi (2007) quando expõe, se e o cliente receber um serviço com qualidade, poderá ficar satisfeito e retornará outras vezes, recomendando o hotel a outras pessoas. (PETROCCHI, 2007).

Devido à cobrança por certa parte dos turistas em relação à qualidade dos produtos e serviços que adquire e a busca por algo novo, distinto do que estão acostumados a consumir, os meios de hospedagem não encontraram outra solução a não ser enfrentar a mudança, e diferenciar, inovar seus produtos e serviços, para conseguir se manter no mercado do turismo.

2.4 DIFERENCIAIS HOTELEIROS

Outro aspecto explorado pelos meios de hospedagem é a oferta de diferenciais. Devido principalmente a competitividade de mercado, e a busca pela satisfação de seus consumidores, as empresas optam por diferenciar seus produtos

e serviços, lançando no mercado algo inédito, ou que desperte curiosidade, com o intuito de atender os clientes reais e atrair os clientes potenciais, e assim conseguir mais divisas e se manter no mercado do turismo.

Visto que a presença de diferenciais é considerado um elemento importante e quase essencial para as empresas se destacarem, divulgarem e se desenvolverem no mercado, observa-se a necessidade de expor considerações sobre diferenciação da oferta, a qual de acordo com Kotler (1994, p. 258)

Há quatro maneiras amplas de pensar sobre a diferenciação da oferta de uma empresa. Ela pode criar valor oferecendo algo que seja melhor, mais novo, mais rápido, ou mais barato. “Melhor” significa que a oferta da empresa supera seus rivais em desempenho. [...]. “Mais novo” significa desenvolver uma solução que não existia antes. [...]. “Mais rápido” significa reduzir o tempo de desempenho ou entrega envolvido no uso ou na compra de um produto ou serviço. Finalmente “mais barato” significa obter um produto similar com menos dinheiro.

Atualmente observa-se uma procura crescente por empreendimentos que ofereçam serviços diferenciados, onde estes estão a cada dia buscando novos e melhores produtos e serviços para assim tentar superar as expectativas de um consumidor cada vez mais exigente em relação ao que consome. Até pouco tempo atrás, o uso de certos benefícios dos hotéis, tais como: restaurantes, boates, academias de ginásticas e até apartamentos diferenciados era considerado um luxo, atualmente para muitas pessoas estes serviços já não significam mais um diferencial e sim meros componentes de seu estilo de vida. (KANDAMPULLY; SUHARTANTO, 2000 *apud* CHEHADE, 2007).

Segundo Santos *et al* (2011) para facilitar e aprimorar a estada do cliente, faz-se necessário criar um ambiente adequado, que atenda as necessidades de seu público-alvo. Os autores complementam que

Dentro deste ambiente deveríamos encontrar uma infra-estrutura adequada e propícia a um atendimento diferenciado para quaisquer situações que ali fossem exigidas e que não fugissem da missão e da visão aplicadas a este estabelecimento. Assim, se o empreendimento hoteleiro destinar-se a atender o nicho de mercado de executivos, por exemplo, os gestores deste empreendimento deveriam se preocupar em oferecer, por meio de suas estruturas e equipamentos, um ambiente propício que atendesse as necessidades e certas exigências advindas do trabalho. Para tanto, este deveria se preocupar em oferecer unidades habitacionais que possuíssem instrumentos capazes de facilitar os afazeres destes clientes, como por exemplo: uma boa iluminação e ventilação dos ambientes, quartos com escrivaninha, acesso a internet, salas para reuniões e multi-conferências. [...]. (SANTOS *et al*, 2011, s/p).

Neste contexto existem atualmente e com êxito os empreendimentos voltados ao segmento de lazer, como por exemplo, os *resorts* e hotéis fazendas, que oferecem além da hospedagem, considerada seu serviço base, uma gama de atividades de lazer e entretenimento dentro do próprio estabelecimento, fazendo com que o hóspede não precise sair deste meio de hospedagem, ao menos que esta seja sua vontade.

Santos *et al* (2011) também traz considerações relacionadas aos diferenciais hoteleiros que devem existir nos empreendimentos de lazer e recreação, descrevendo o que estes espaços deveriam oferecer para se tornar um ambiente ideal, como infraestrutura com área para alimentação, área social, salão de jogos, centro de convenções, entre outros, sempre seguindo as características do seu nicho de mercado, além destes aspectos um atendimento um pouco mais descontraído seria aconselhável, porém sem perder a essência da formalidade hoteleira, fazendo com que o hóspede consiga desfrutar de todos os serviços.

Os gestores dos empreendimentos hoteleiros devem saber trabalhar com a situação do mercado atual, ou seja, pesquisar, analisar o mercado, seus gostos, observar a concorrência, oferecer a seus hóspedes algo novo, diferente, que tenha o poder de superação de suas expectativas, muitas vezes estão em pequenos mimos, mas que podem fazer a diferença na compra do produto final.

São exemplos de diferenciais hoteleiros, alguns serviços ou estruturas especiais oferecidos dentro dos meios de hospedagem. Utilizando como referencial os hotéis da capital paranaense, tem-se como exemplo os apartamentos exclusivos para atender ao público feminino. De acordo com o portal eletrônico da Revista Hotéis (2011), o Hotel Mabu Royal & Premium Hotel disponibiliza apartamentos exclusivos para mulheres, as quais são recepcionadas com rosas vermelhas e um bombom com pétalas de rosa em cima da cama, *kit* costura, lâmina de barbear cor de rosa, entre outros. Estes apartamentos foram planejados para tornar a estadia da mulher mais completa.

Alguns diferenciais também são apresentados no Hotel Four Points By Sheraton, localizado na cidade de Curitiba-PR, o qual de acordo com o portal eletrônico do hotel, oferece serviços de *spa*, com salas de massagens relaxantes, *ofurô*, *menu* de travesseiros, entre outros, além de *fitness*, piscina e sauna em seu estabelecimento. (FOUR POINTS CURITIBA, 2012). Atualmente os serviços de *spa*

já deixaram de ser algo diferente, inédito, qualquer empreendimento de categoria superior disponibiliza este serviço, porém o *menu* de travesseiros continua sendo um produto diferencial nos meios de hospedagem.

Tem-se o Radisson Hotel Curitiba, que de acordo com o portal eletrônico da Rede Atlântica, recebe animais de estimação de pequeno porte, considerando-se um hotel diferente dos demais. (ATLANTICA HOTELS INTERNATIONAL, 2012). Na capital paranaense são somente quatro meios de hospedagem que possuem este tipo de serviço, sendo estes o Hotel Itamaraty, Caravelle Palace Hotel, Alta Reggia Plaza Hotel, e o Radisson Hotel Curitiba citado acima. (HOTEIS.COM, 2012).

Outro exemplo de diferencial na hotelaria é a estrutura de *heliponto* nos empreendimentos. De acordo com o portal eletrônico do Hotel Crowne Plaza em Curitiba, é o único hotel da cidade a permitir que os hóspedes estejam em qualquer ponto da cidade em até 05 minutos, devido o seu *heliponto*. (CROWNE PLAZA CURITIBA, 2012).

Vale ressaltar que se apresentou como referencial os meios de hospedagem de Curitiba devido principalmente ao fato da quantidade de estabelecimentos hoteleiros que a capital paranaense possui, sendo um centro urbano referência em hotelaria, contendo estabelecimentos de diversas categorias, desde econômico até superior, e com diferentes tipos de serviços para todos os gostos. Além disso, Curitiba é a capital mais próxima do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, empreendimento estudado nesta pesquisa.

Considerando o tipo de meio de hospedagem estudado neste trabalho, os hotéis fazenda, estes também se destacam no mercado, oferecendo diferenciais aos hóspedes, como é o caso do Pitangueiras Hotel Fazenda & Resorts, que de acordo com o portal eletrônico Diário do Turismo possui serviços de passeio de balão, contato com cavalos e aves raras, além de estar investindo na construção de um novo centro de eventos com capacidade para 400 pessoas e uma nova ala com 26 apartamentos. (DIÁRIO DO TURISMO, 2012).

Segundo o portal eletrônico do Hotel Serraverde, localizado na cidade de Pouso Alto – MG, este também se diferencia através de sua gastronomia, cujo desígnio é o suprimento de matéria-prima para sua cozinha, utilizando verduras e ervas frescas de sua própria horta. Além de oferecer aos visitantes outros diferenciais de lazer, inovação e criatividade destinados aos que procuram por descanso, conforto e paz interior. (HOTEL SERRAVERDE, 2012).

Santos *et al* (2011) aborda que os empreendedores devem buscar oferecer aos hóspedes algo a mais além da diária, sendo esta tentativa observada em produtos e serviços diferenciados e exclusivos para cada tipo de público, de acordo com a classificação e categoria do hotel, e que vão não só ao encontro de seus anseios, mas que tenham a capacidade de superar as expectativas do cliente, encantando-os e surpreendendo-os. Esses atos podem ser constatados por meio de uma alimentação diferenciada, apresentação de uma infraestrutura mais confortável, ou através de atividades de entretenimento, entre outros serviços que primem pelo atendimento com qualidade.

Dentre as diversas estratégias dos meios de hospedagem com o intuito de inovar e diferenciar seus produtos e serviços da concorrência, um diferencial vem sendo explorado dentro dos meios de hospedagem que é o serviço de agência de viagem. A presença deste tipo de serviço vem se tornando cada vez mais comum na hotelaria. Já a relação de roteiros turísticos como um serviço hoteleiro não é uma realidade tão sutil quando este é oferecido pelo próprio meio de hospedagem, e não por intermédio de uma agência localizada em suas dependências.

Os roteiros turísticos são geralmente oferecidos pelas agências de viagens, já que são elas que comercializam este produto, sendo encontradas em qualquer cidade, porém recentemente estas vêm se estruturando em locais estratégicos como dentro dos meios de hospedagem, ou em alguns casos estabelecendo horários em que o hóspede pode conversar com um agente de viagens no próprio hotel, e que se torna uma oferta diferente nestes tipos de empreendimentos, facilitando ao hóspede a aquisição dos produtos e serviços turísticos, como os roteiros.

Esta estrutura dentro dos meios de hospedagem está se tornando muito comum, principalmente nas cidades turísticas, onde grande parte dos meios de hospedagem já disponibilizam este tipo de serviço. De acordo com o portal eletrônico do Hotel Bella Italia, localizado na cidade de Foz do Iguaçu, este possui uma agência no hotel que dispõe de diversas opções de transportes. (BELLA ITALIA, 2012).

Ainda em Foz do Iguaçu, o Hotel das Cataratas, também oferece o serviço de agência de turismo, com a Iguassu Experiences. (HOTEL DAS CATARATAS, 2012).

Porém vale ressaltar que no caso deste trabalho de pesquisa é o próprio hotel que irá oferecer a seus hóspedes o roteiro turístico, e não um escritório de agência de viagem dentro de suas dependências.

Observando o fato de que um dos serviços das agências de viagens é comercializar pacotes, roteiros turísticos, a presença de uma agência de viagem em um empreendimento hoteleiro é favorável para o desenvolvimento deste estabelecimento, pois o hóspede terá maior acesso a esta atividade, podendo contribuir para sua comercialização. Os roteiros em empreendimentos hoteleiros seja este oferecido por uma agência, dentro do estabelecimento hoteleiro, ou no caso de ser ofertado pelo próprio meio de hospedagem, temática deste trabalho, se configuram como diferenciais na hotelaria, que merecem destaque.

Criar diferenciais para chamar a atenção dos turistas e atrair um número maior de clientes são ideias exploradas pelos estabelecimentos hoteleiros, visto que mais hóspedes trazem mais lucros.

Neste contexto o objeto de estudo desta pesquisa, também faz parte destes estabelecimentos que visam inovar seus produtos e serviços, oferecendo diferenciais.

No próximo capítulo será dada maior ênfase ao assunto sobre roteiros turísticos.

3 ROTEIROS TURÍSTICOS: CONCEITOS E CONSIDERAÇÕES

Neste capítulo serão abordados conceitos a respeito de roteiros turísticos, elaboração, classificação e importância destes roteiros, e também pontos positivos e negativos da implantação de um roteiro turístico a seus envolvidos.

Os roteiros turísticos configuram-se em uma atividade que proporciona ao turista a oportunidade de integrar suas necessidades turísticas por meio de uma viagem. Esta atividade confere ao turista o ensejo de realizar seus desejos e conhecer novos lugares adquirindo um conjunto de produtos e serviços turísticos, que devem incluir basicamente transporte, hospedagem, atrativos a serem visitados no local de destino, e as informações necessárias.

Bahl (2004, p. 31) traz considerações a respeito de roteiros

Um roteiro turístico resume todo um processo de ordenação de elementos intervenientes na efetivação de uma viagem. O roteiro pode estabelecer as diretrizes para desencadear a posterior circulação turística, seguindo determinados trajetos, criando fluxos e possibilitando um aproveitamento racional dos atrativos a visitar.

Bahl (2004) ainda destaca que um roteiro integra sincronização de espaço, tempo e bens e serviços. Esta combinação acontece a partir da junção de atividades ligadas ao espaço geográfico a ser percorrido; o tempo de duração e permanência dos deslocamentos entre as atividades, e também o tempo disponível em relação aos participantes do roteiro; tipo de atrativo a ser visitado e serviços relacionados como alimentação, transporte, hospedagem, entre outros. (BAHL, 2004).

Tem-se assim o exemplo de um roteiro no meio rural, este poderá combinar fatores contextualizados como visita a propriedades rurais, vivência campeira, gastronomia típica, hospedagem em fazendas, passeio de charrete, trator, entre outros, todos com determinado tempo de execução, para que seu roteiro torne-se interessante e não cansativo, por isso que a sincronização é tão importante.

Segundo Tavares (2002, p. 14) “roteiros turísticos são itinerários de visita organizados. É um termo genérico utilizado para a apresentação de itinerários e programações efetuados com finalidade de turismo”.

Ainda para Tavares (2002), o roteiro não é somente a sequência de atrativos a serem visitados, mas também um importante elemento para a visualização e conhecimento da realidade existente e da relação sociedade e cultura vigente na

localidade. Ainda é importante que este esteja em contexto e concordância, o que proporcionará uma visão clara e abrangente do local visitado.

O ser humano neste caso, o turista potencial, almeja facilidades para a realização de seus deslocamentos. É ele quem analisa, escolhe e seleciona o local que deseja visitar, motivado pela divulgação ordenada e muitas vezes através de comunicação verbal. (BAHL, 2004).

Quanto ao aspecto espacial, os roteiros turísticos possuem classificação específica, devido às atividades que são desenvolvidas nos espaços em que o roteiro se ocupa e também as características naturais e culturais da localidade receptora. Estes fatores possibilitam o estabelecimento de uma tipologia de programações relacionadas às modalidades de turismo mais evidentes. (BAHL, 2004).

3.1 CLASSIFICAÇÃO DOS ROTEIROS TURÍSTICOS

De acordo com Tavares (2002) os roteiros turísticos podem ocorrer em diversos lugares, desde que o turismo esteja sendo praticado, pode se realizar em pequenas localidades, grandes cidades, e também em diferentes ambientes como áreas urbanas e rurais, regionais, nacionais e internacionais.

Quanto a sua classificação, Bahl (2004) traz em sua obra, uma explicação bem elaborada, sendo inicialmente os roteiros divididos em: nacionais e internacionais, sendo que o primeiro ainda se divide em: local e interlocal.

Os roteiros nacionais locais, considerando-se a divisão administrativa do Brasil em municípios, estados e regiões, são os que são praticados apenas no território de um município, utilizando-se dos recursos próprios da localidade como estrutura urbana, acesso, circulação, serviços, estruturas turísticas (igrejas, museus e monumentos). Os roteiros locais ainda podem ser divididos em: centrais (urbanos) ou periféricos (inclui não somente a área urbana, mas também visitação a bairros, fazendas, propriedades rurais, colônias, entre outros), ou seja, pertencentes a um mesmo município, porém distantes da zona urbana. (BAHL, 2004).

O preparo e execução de roteiros locais são geralmente serviços oferecidos por agências receptoras, incluindo desde roteiros como visita à cidade (*city tour*), e visitas a determinadas regiões da localidade ou atrativos próximos. (MAMEDE, 2003). Porém observando a assertiva, isso não impede que terceiros, ou seja, outros

empreendimentos como o próprio meio de hospedagem também ofereçam esse tipo de produto.

Quanto aos roteiros interlocais, Bahl (2004) descreve como sendo os que envolvem mais de uma localidade, sejam próximas ou distantes, inseridas no território de um país. Estes podem também ser subdivididos em intermunicipais (regionais e estaduais) e interestaduais (regionais e interregionais). O primeiro caso (intermunicipal regional) abrange todos os roteiros direcionados a diversos municípios próximos ao centro urbano principal, tem-se o exemplo da região metropolitana de Curitiba-PR, e quando envolve diversos municípios distantes ou não, mas dentro de um mesmo estado consideram-se intermunicipais estaduais.

No segundo caso, podem se classificar como interestaduais regionais quando integra diferentes estados de uma mesma região, como por exemplo, a região sul do Brasil, no caso dos que integram estados de diferentes regiões, por exemplo, um roteiro turístico que envolva o estado do Paraná (região sul) e São Paulo (região sudeste) se caracterizam como interestaduais inter-regionais. ([Idem], 2004).

Ainda, o mesmo autor, ressalta quanto aos roteiros internacionais são subdivididos em país a país continentais (por país, por países, com influências regionais e inter-regionais) e intercontinentais (por proximidade, longínquidade e volta ao mundo).

Os roteiros internacionais país a país são os que abrangem a visita a outro país, independente do continente que se localize. É o roteiro que se desenvolve ponto a ponto, exemplo Brasil a Estados Unidos. (BAHL, 2004).

Quanto aos roteiros internacionais continentais por país se apresentam como visita a outro país, sendo origem e destino situados no mesmo continente. Os continentais por países são roteiros regionais que integram países próximos de um mesmo continente, apresentando certa igualdade entre os países envolvidos, porém não se exclui a possibilidade de haver heterogeneidade entre estes. Já os continentais inter-regionais, abrangem países de regiões continentais diferentes, como por exemplo, roteiro envolvendo os países de Portugal, Espanha, França e Rússia. ([Idem], 2004).

Os roteiros internacionais intercontinentais como o próprio nome já diz integram diferentes continentes, podendo ser por proximidade (países próximos, de continentes diferentes como Marrocos e Espanha); por longínquidade (países distantes como Brasil e Austrália); os de volta ao mundo evidenciam-se seu caráter

circular, envolvendo países de continentes diferentes em um deslocamento mais amplo e diversificado que os demais. ([Idem], 2004).

Como visto os roteiros turísticos são bem complexos quanto a sua classificação, e que devido seu aspecto espacial e nível de abrangência ocorrem de diversas formas.

No caso deste trabalho, o tipo de roteiro turístico que poderá ser trabalhado pelo Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, se configura como um roteiro local central e periférico, inserindo-se nesta classificação, devido a sua realização, em apenas um município, Mallet-PR, envolvendo atrativos turísticos da área urbana e também da área rural da cidade.

Considerando o fato de que o roteiro é uma atividade a ser estruturada e comercializada no mercado turístico, que envolve diversos aspectos, tanto econômicos, sociais, culturais, e outros, os roteiros perfazem-se em uma forma mais fácil e segura de viagem. O turista adquire um roteiro e não precisa se ocupar em escolher a hospedagem, os atrativos, o tipo de transporte, estabelecer horários para cada evento, e outros que vão ocorrer durante sua viagem, pois há uma pessoa específica que irá cuidar destes detalhes para o cliente que é o elaborador do roteiro.

3.2 ELABORAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS

Elaborar um roteiro turístico significa planejar e organizar uma viagem colocando em um papel tudo o que vai acontecer durante a realização da mesma, ou seja, seu itinerário.

De acordo com Segunda *et al* (2011) a elaboração de um roteiro turístico abrange muito mais do que uma simples série de atrativos ou ambientes a serem visitados, consiste em um planejamento pormenorizado de uma viagem, abrangendo fatores relevantes como: quantidade de pessoas; faixa etária; objetivos da viagem; nível social; espaço a ser percorrido; tempo de duração dos deslocamentos; tempo disponível dos participantes; tempo de permanência em cada destinação; tipo de atrativos a serem visitados; tipo de paisagem; clima; hospedagem; transportes; alimentação; e outros. Estes fatores devem ser analisados em conjunto pelo elaborador do roteiro, de forma a satisfazer as necessidades e desejos daqueles que irão executá-lo.

Um dos primeiros pontos para a elaboração de um roteiro turístico é conhecer a motivação do cliente, pois conhecendo sua motivação o elaborador fará um roteiro específico para determinada pessoa ou grupo de pessoas, colocando em um papel os desejos dos clientes, buscando atender suas expectativas e assim proporcionando satisfação.

Para explicar a abordagem acima tem-se o exemplo de um grupo de pessoas cuja motivação é o lazer, assim seria favorável o roteiro conter casas noturnas, praia, parques temáticos, *resorts*, entre outros. Se o elemento motivador é histórico-cultural, seu roteiro será diferente e poderá conter visitas a museus, centros históricos, manifestações culturais, gastronomia tradicional de um povo, etc., pois os turistas motivados por este segmento viajam para apreciar e obter novos conhecimentos. São várias as motivações que levam os turistas a se deslocar, além das citadas acima, tem-se: férias, descanso, saúde, religião, aventura, entre outros.

A motivação é a ferramenta propulsora do fenômeno turístico (FERNANDES; COELHO, 2002).

Bahl (2004, p. 34) traz “um estudo cuidadoso sobre as motivações que agem na decisão de viajar permite a elaboração de roteiros com enfoques específicos (temáticos) ou gerais (panorâmicos)”.

Visto que um roteiro turístico é a descrição detalhada de uma viagem, o elaborador do roteiro deverá colocar no papel todos os itens que irão compor o roteiro, contendo uma sequência de atividades e informações de interesse para o cliente. Uma demonstração das observações e aspectos que devem conter um roteiro é descrito por Bahl (2004, p. 78)

- a) Nome ou denominação do programa;
- b) Duração do programa (dias e noites);
- c) Data de saída/ chegada;
- d) Preço por pessoa;
- e) Serviços incluídos;
- f) Dias em que se presta cada serviço;
- g) Localidades ou cidades visitadas;
- h) Descrição dos locais e atrativos a visitar;
- i) Informações sobre as atividades incluídas no programa;
- j) Informações sobre o tempo livre;
- k) Condições gerais ou contratuais do programa;
- l) Opcionais;
- m) Tipo de hospedagem;
- n) Meio de transporte;
- o) Empresa dados;
- p) Forma de pagamento; e
- q) Documentação exigida.

De acordo com Araújo e Menezes (1989 *apud* MAMEDE 2003) são alguns deveres do pessoal responsável pelo roteiro estar atento: ao dia e horário de início e término previsto do roteiro, verificar ao início e durante as paradas a presença de todos os integrantes do roteiro, avisando sobre o tempo de cada parada, cumprir fielmente o roteiro, cuidar para que toda a programação se realize positivamente, tomar cuidado com as demandas distintas (portadores de necessidades especiais), prestar todas as informações necessárias aos participantes do roteiro, orientando o pessoal em terra, entre outros.

3.3 IMPORTÂNCIA DOS ROTEIROS TURÍSTICOS

Os roteiros turísticos constituem uma atividade expressiva dentro do mercado do turismo, podendo apresentar oportunidades de desenvolvimento para todos seus envolvidos.

De acordo com Tavares (2002. p. 15), “Os roteiros turísticos são de grande importância para o turismo e seu desenvolvimento”. Transformaram-se em partes essenciais na preparação e na venda do turismo como produto, sendo que de uma forma geral o turismo não é realizado apenas por visitas a atrativos isolados e sim pela visita a atrações inseridas em um contexto maior, envolvendo seu espaço geográfico, a história do local, seus aspectos culturais e/ou ambientais. (TAVARES, 2002).

Neste contexto uma localidade ou município que tenha atrativos com valor para atender ao turismo e aceite a configuração de um roteiro turístico, poderá se desenvolver turisticamente, pois este será uma alternativa para divulgar sua atratividade, podendo atrair pessoas de diferentes lugares para conhecer o local e seus aspectos relacionados.

Outro beneficiado com a atividade de roteiros turísticos é o consumidor, principalmente pelo fato dos roteiros constituírem uma forma mais prática de viajar, em que os turistas poderão conhecer lugares que almejam, sem maiores preocupações com a elaboração da viagem.

Neste contexto Silva (2008) reforça a assertiva acima, trazendo que a existência de roteiros turísticos facilita ao turista escolher uma destinação, sendo que através deste, ele tem a oportunidade de analisar os locais com poder de

atração, e escolher quais visitar de acordo com suas necessidades. Ele oferece ainda um maior contato do visitante com o local visitado, pois também é possível obter informações sobre os atrativos antes mesmo de conhecê-los.

Um determinado local ou recurso, que tenha relevância, pode se tornar um atrativo que desperte interesse para ao visitante. A atratividade dentro do turismo não está relacionada somente a seus aspectos físicos, mas seu poder imaterial histórico, cultural, social, e até mesmo ambiental. (TAVARES, 2002).

Tavares (2002) ainda traz considerações sobre os atrativos de um local, em que os roteiros turísticos, de agências ou de terceiros, constituem uma das principais formas de contextualizar os atrativos existentes em uma localidade, e também podendo aumentar seu poder de atratividade.

Outro envolvido com a questão dos roteiros é o próprio elaborador, que poderá ser a operadora, agência de viagem ou terceiros, ou ainda um organizador particular, sendo este último o caso deste trabalho. Porém independente do agente organizador do roteiro, Tavares (2002) explica que os elaboradores devem analisar a relação dos atrativos de uma localidade com a efetuação das viagens, com isso serão capazes de fazer produtos turísticos comercializáveis que poderão assim satisfazer os interesses dos turistas naquela localidade. Sendo assim, os roteiros turísticos se perfazem em uma atividade, que proporciona a obtenção de conhecimento sobre diferentes lugares, e também estimula a criatividade da pessoa que o fez.

A criatividade é muito importante dentro do turismo e principalmente na elaboração de roteiros turísticos. Bahl (2004) ressalta que em relação ao mercado das agências de viagens, o agente que não saber criar, inovar, poderá não sobreviver no mercado turístico.

3.4 PONTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DOS ROTEIROS TURÍSTICOS

Considerando o aspecto econômico, já que o turismo pode ser uma alternativa para desencadear o desenvolvimento de uma localidade, observa-se que a atividade de roteiro turístico, pode trazer benefícios econômicos para as localidades que possuem este tipo de programação.

No caso de um local que possua elementos ou acontecimentos com poder de atração, porém que ainda não foram pensados e organizados para integrar um roteiro turístico, como uma alternativa complementar para o desenvolvimento do local, este pode ser a solução para o seu crescimento. Esta questão pode ser observada com a consideração de Weissbach (2010) que traz a atividade turística pode ser articulada sob a forma de roteiros turísticos, esta preparação visa organizar a atividade às realidades locais de modo integrante, surgindo como uma possibilidade de desenvolvimento turístico.

Salienta Silva (2008, s/p) “Roteiro turístico é uma forma de fácil divulgação de localidades, que auxilia o turista na escolha do destino visitado, além da programação por ele realizada nesses locais”.

De acordo com o Ministério do Turismo (Mtur), o processo de roteirização pode contribuir não só para aumentar o número de turistas que visitam uma determinada região, mas também seu tempo de permanência nos destinos, fazendo com que aumente a circulação da riqueza do local. (BRASIL, 2010).

Ainda o Mtur complementa a assertiva de Weissbach (2010) acima, trazendo que a existência de um roteiro em determinada região é favorável para o desenvolvimento das atividades turísticas presentes neste local, auxiliando o processo de identificação, elaboração e consolidação de novos roteiros turísticos, e também auxiliar na identificação da necessidade de aumento de investimentos em projetos já existentes, direcionando-se a qualificar os serviços turísticos oferecidos e melhorar as estruturas atuais dos locais. (BRASIL, 2010).

A proposta do Ministério do Turismo é fazer com que os roteiros tenham caráter participativo, estimulando a integração de todos os envolvidos com este processo, desempenhando também o seu papel de instrumento de inclusão social, busca e preservação da cultura presentes na localidade. (BRASIL, 2010).

Sendo assim percebe-se que o roteiro turístico que possivelmente será ofertado pelo Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon-Mallet-PR poderá trazer certos benefícios a seus envolvidos, seja para aumentar a demanda do hotel e da localidade, movimentando a economia local, adquirindo produtos e serviços tradicionais, e ainda assegura pontos positivos aos turistas que terão a oportunidade de conhecer os atrativos da cidade, sua cultura, seu modo de vida, entre outros elementos que podem despertar interesse.

Quanto aos aspectos negativos dos roteiros turísticos que serão considerados

a seguir, Tavares (2002) traz em sua obra alguns elementos que podem dificultar a utilização do turismo na localidade, sendo estes: a distância e a separação espacial entre os atrativos, fazendo que se isolem; existência de trânsito e congestionamentos, assim como a falta de sinalização; violência urbana, entre outros.

Sendo assim a assertiva acima se encaixa também aos roteiros turísticos, os quais se tornam mais difíceis de executar quanto ao isolamento de atrativos; a inexistência de sinalização também dificulta o deslocamento do turista dentro do roteiro, a sinalização é o elemento primordial dentro da atividade de roteiro turístico; a violência é outro fator, que pode impedir a execução de roteiros turísticos, em localidades que tenham registros de acontecimentos de algum tipo de agressão ou abuso, de grande repercussão.

Ruschmann (1997) também traz considerações enumerando alguns impactos sociais e culturais negativos que a atividade turística pode trazer para a comunidade local, sendo exemplos destes: estimulação de hábitos desconhecidos, demonstrados pelos turistas aos residentes do local; mudanças de princípios de moralidade, como aumento da prostituição, violência, nas localidades visitadas pelos turistas; ocorrência de conflitos entre turistas e residentes; exposição ameaçadora da autenticidade e espontaneidade de manifestações culturais, descaracterização dos produtos locais, entre outros.

Considerando os aspectos expostos acima, ressalta-se que a atividade de roteiro turístico, se perfaz em um evento que pode proporcionar os mesmos impactos citados por Ruschmann (1997), pois se configura basicamente em visitas a atrativos, que podem ocorrer tanto em grandes cidades como em localidades menores, rurais e tradicionais, entre outros, na qual o turismo pode desencadear impactos irreversíveis, como por exemplo, degradação do meio natural e descaracterização da cultura local.

Porém, a mesma autora, traz que os impactos se originam das mudanças e não sendo consequência somente de um elemento, como a inserção de um serviço ou um equipamento turístico, mas sim os efeitos decorrem de uma interação de ações em relação aos turistas, comunidade e os meios receptores. Esta interação geralmente ocorre de modos diferentes nas sociedades, muitas vezes, sendo similar o tipo de turismo em todas elas.

Sendo assim, um roteiro turístico poderá proporcionar tanto impactos positivos

como negativos, dependendo da forma como acontece, o local onde se é executado, e se são adotados os cuidados corretos para a prática da atividade de forma sustentável.

Vale ressaltar, que a proposta de roteiro turístico deste trabalho se apresenta como positiva, pois se colocada em prática de forma adequada, respeitando os valores da localidade e visando o mínimo de impacto negativo possível, poderá trazer benefícios a todos os envolvidos. Poderá também ser uma prática relevante nesta região, um ensejo para a cidade mostrar seus atrativos, sua cultura, entre outros, em que o visitante terá a oportunidade de conhecê-la, obtendo assim um maior aprendizado. Em contrapartida os aspectos negativos também devem ser considerados, como por exemplo, à distância, falta de sinalização, bem como impactos sociais e culturais gerados pelos visitantes, fatores que dificultam a efetivação do roteiro, devendo assim haver um planejamento adequado, valorização dos costumes locais e incentivos públicos, para que a atividade se torne totalmente positiva e aconteça de forma correta.

O turismo é uma atividade com certa abrangência, e são vários os aspectos e efeitos relacionados a este. Os segmentos do turismo existem para melhor auxiliar na compreensão dos componentes desta atividade. Um dos setores abordados neste trabalho foi o hoteleiro que desempenha papel relevante para o desenvolvimento da atividade turística.

A hotelaria é uma atividade que oferece inúmeros produtos e serviços de acordo com o estilo do empreendimento, sendo assim houve o ensejo de se abordar neste trabalho os diversos tipos de meios de hospedagem e seus produtos e serviços oferecidos no mercado do turismo. Devido a alguns fatores, principalmente a competitividade, o aumento das exigências do consumidor e a garantia de atuação no mercado, os estabelecimentos hoteleiros estão se adaptando à realidade atual e oferecendo diferenciais, visto que a qualidade de seus produtos e serviços pode constituir um diferencial, mas também um dever do empreendimento.

Neste contexto um novo produto pretende ser desenvolvido na hotelaria, ou seja, a oferta de um roteiro turístico por um empreendimento hoteleiro. Os roteiros são produtos que podem agregar valor a todos os seus envolvidos, podendo ser uma alternativa para desencadear o desenvolvimento do turismo em diversos locais, porém este é um produto que necessita ser planejado e elaborado adequadamente, já que poderá resultar tanto em impactos positivos como negativos à localidade que

o recebe. Independente dos resultados que um roteiro turístico pode trazer, estes se perfazem em uma forma mais fácil e segura de viagem, devido aos aspectos integrados a este.

A elaboração de um roteiro consiste em colocar no papel e em ordem tudo que irá acontecer durante a viagem. Os roteiros turísticos são estruturados de acordo com o cliente e/ou oferecidos no mercado, em que os consumidores adquirem de acordo com suas motivações, assim estes adquirem caráter nacional ou internacional.

O tipo de roteiro turístico deste trabalho, que poderá ser ofertado pelo Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, se configura como um roteiro local central e periférico, pois se efetuará somente em um município, no caso em Mallet-PR, e envolverá atrativos tanto da área central da cidade como de seu entorno, ou seja, a área rural.

Na próxima etapa será realizada a pesquisa, a fim de verificar o objetivo central deste trabalho, sendo este verificar se os hóspedes do hotel, citado anteriormente, têm interesse no roteiro turístico em Mallet-PR, como uma opção a mais de atividade no hotel, bem como apresentar a proposta de roteiro turístico, elaborada pela acadêmica, ao empreendimento hoteleiro do estudo.

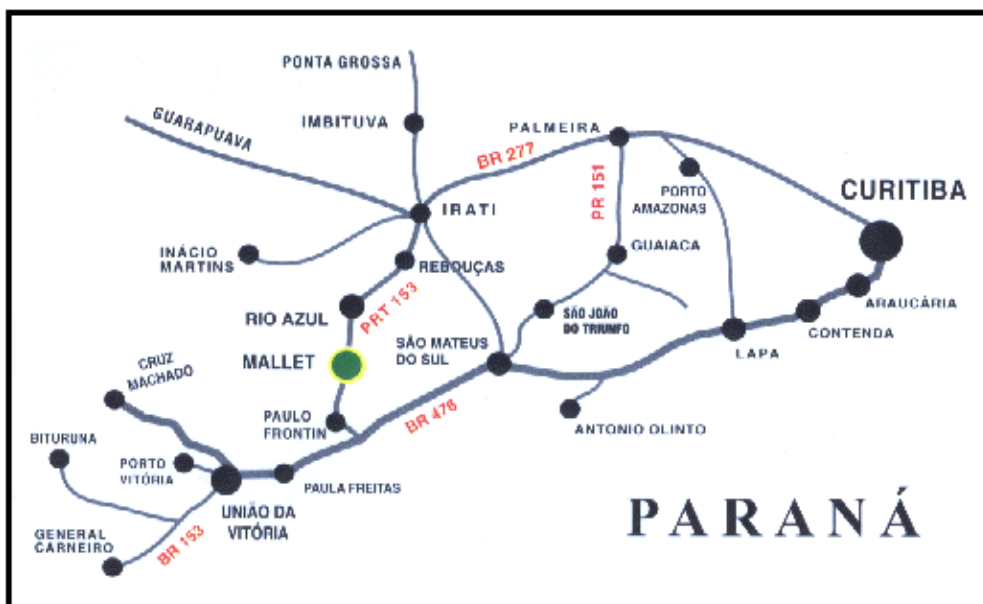
4 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Esta pesquisa tem como objeto de estudo o Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, localizado no município de Mallet-PR. Entretanto como este trabalho envolverá também uma proposta de um novo produto a este hotel, faz-se necessário, primeiramente, descrever alguns aspectos importantes sobre a cidade e posteriormente sobre o hotel.

4.1 O MUNICÍPIO DE MALLET-PR

Segundo o portal eletrônico da Prefeitura Municipal de Mallet-PR (2012), o município foi instituído no dia 21 de setembro de 1912. Ainda de acordo com este portal, o município se encontra localizado no sudeste paranaense, a aproximadamente 230 quilômetros da capital do estado, Curitiba. Tem como limites os municípios de Rio Azul, São Mateus do Sul, Paulo Frontin, Cruz Machado e União da Vitória. O acesso se dá pela BR 277, BR 476 ou pela PRT 153, como ilustrado na figura abaixo.

Figura 01 – Localização da cidade de Mallet-PR.



FONTE: Prefeitura Municipal de Mallet-PR (2012).

O município possui uma área de 723.085 quilômetros quadrados (PREFEITURA MUNICIPAL DE MALLET, 2012). Quanto à população, segundo dados do IBGE (2012), no ano de 2010, Mallet possuía 12.973 habitantes.

Ainda segundo o IBGE (2012), no ano de 2010, as principais atividades econômicas do município, aquelas que contribuíram para o Produto Interno Bruto (PIB) foram os serviços, seguido da indústria, e por último a agropecuária, com a menor contribuição.

Quanto à infraestrutura básica e geral da cidade, esta possui as bases para atender as necessidades de quase a totalidade da população, como abastecimento de água potável, energia elétrica, rede de esgoto, coleta de lixo, entre outros. (PLANO DIRETOR DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO MUNICIPAL DE MALLET, 2006).

A cidade apesar de sua pequena extensão, também está estruturada com serviços de comunicação (telefonia fixa, móvel e internet), uma agência da Empresa Nacional de Correios e Telégrafos, dois aparatos de segurança pública, sendo um da Polícia Militar do Paraná e outro da Polícia Civil, 78 estabelecimentos comerciais, entre outros. Também conta com sete unidades educativas públicas infantis, compartilhadas com escolas municipais de ensino fundamental (1ª a 4ª séries); três escolas estaduais de ensino fundamental (5ª a 8ª séries); e o ensino médio é ofertado por apenas uma unidade estadual, localizada na área urbana. Destas apenas quatro se encontram no centro da cidade. ([Idem], 2006).

Ainda de acordo com o mesmo documento o sistema médico-hospitalar se perfaz com o Hospital de Caridade São Pedro, quatro mini-postos localizados na área rural da cidade e um posto de saúde na sede urbana.

Em se tratando de lazer e esporte, os equipamentos e serviços destinados a este fim, constituem-se em algumas praças no centro da cidade e arredores, além do Parque de Lazer dos Imigrantes, espaço paisagístico, dotado de estrutura para lazer, que abriga também uma feira nas noites de quarta-feira, bem como ginásio, estádio, campo de futebol e algumas quadras. (PLANO DIRETOR DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO MUNICIPAL DE MALLET, 2006).

Quanto ao turismo, o município de Mallet-PR possui potencial para o desenvolvimento deste, porém ainda pouco explorado e estimulado, sendo que o roteiro turístico que este trabalho enfatiza, poderá ser uma oportunidade para alavancar este desenvolvimento. De acordo com o portal eletrônico da Secretaria de

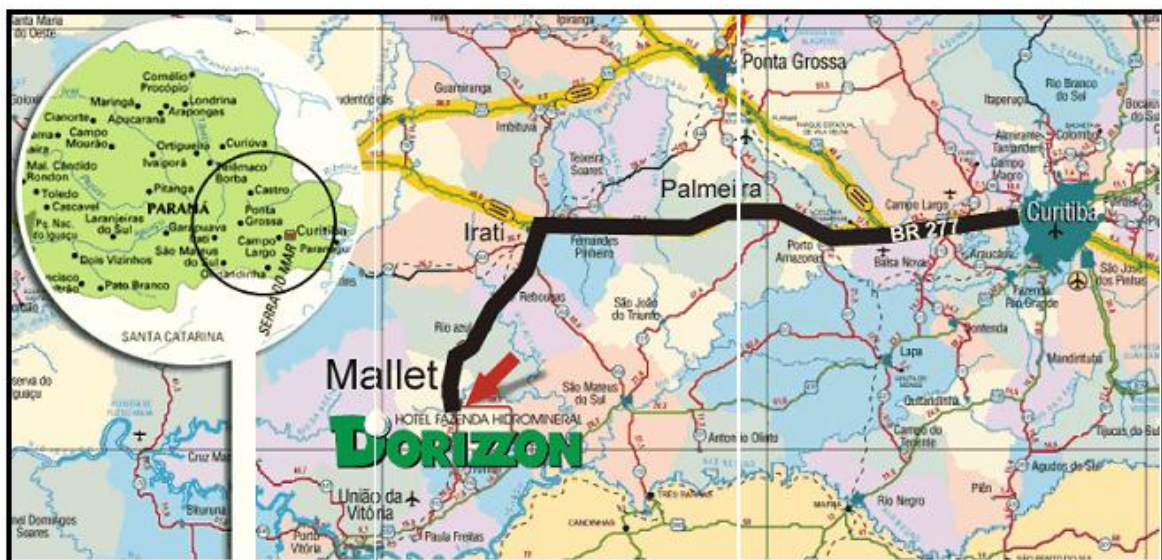
Turismo do Estado do Paraná (SETU) (2012), os principais pontos turísticos existentes na cidade de Mallet-PR, se perfazem em 11 atrativos: Igreja de São Miguel Arcanjo; Igreja São José; Santuário de Nossa Senhora do Rosário; Capela São Josafat; Moinho Colonial; Prefeitura Municipal; Barragem da SERPASTA; Fontes Hidrominerais; Salto Iracema; Trombudas; e Reserva Florestal Althea.

O Plano Diretor de Uso e Ocupação do Solo Municipal de Mallet (2006) traz que o turismo também se destaca através da hospedagem e alimentação, com a presença de uma estância hidromineral, muito difundida no estado, mais precisamente o Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, objeto de estudo deste trabalho de pesquisa, sendo um estabelecimento hoteleiro de lazer turístico.

4. 2 HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON

O Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, objeto de estudo deste trabalho, encontra-se localizado no Km 395 da PR 153, estrada Irati/ União da Vitória, no município de Mallet-PR. O acesso ao hotel com origem a cidade de Curitiba pode ser efetuado através da BR 227, como mostra a imagem abaixo.

Figura 02 – Localização do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon.



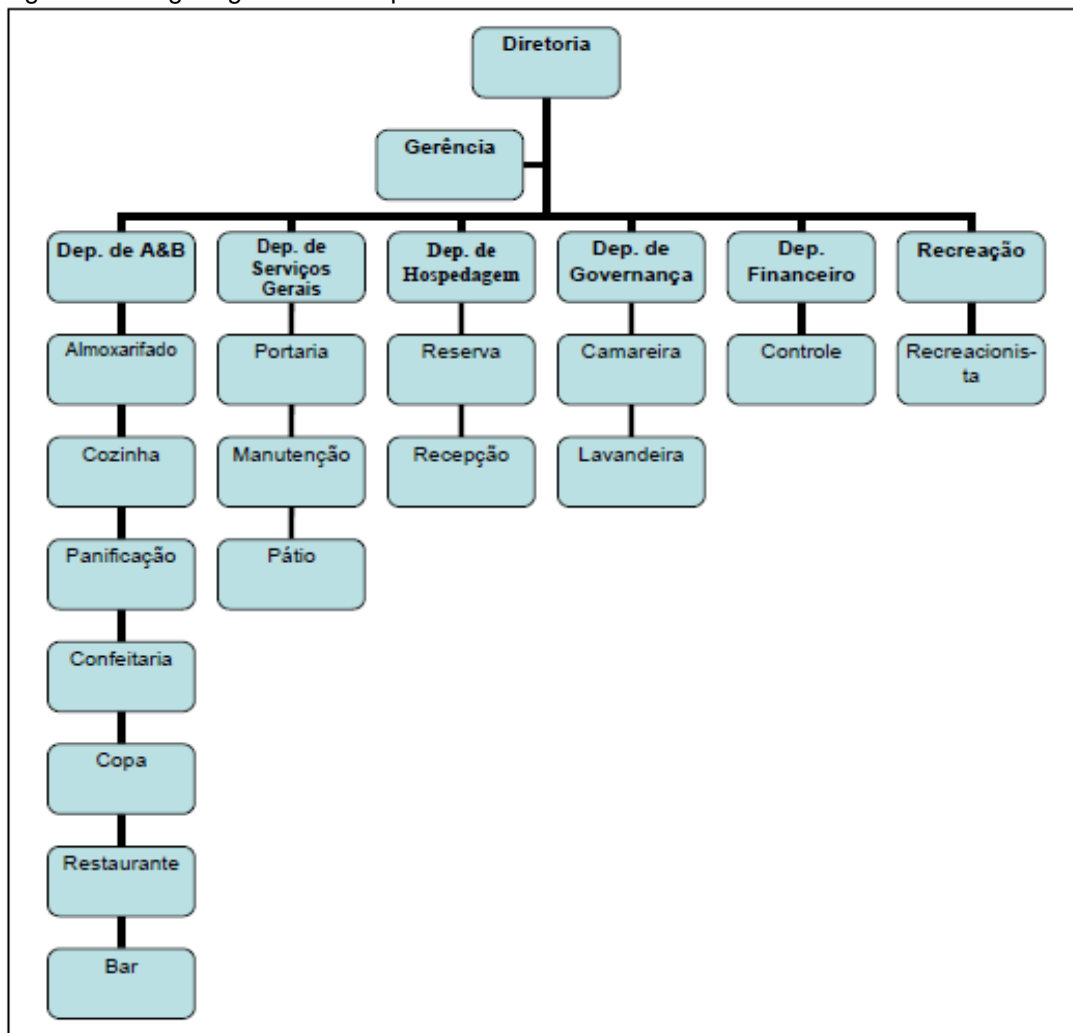
FONTE: Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon (2012).

4.2.1 Características e estrutura administrativa.

De acordo com entrevista não estruturada e informal com o Sr. Abib, administrador do hotel, o empreendimento hoteleiro estudado neste trabalho se apresenta como hotel fazenda, sendo este um estabelecimento de lazer turístico, cuja demanda, em sua maioria, é constituída por famílias. O hotel também recebe excursões da terceira idade, em períodos de alta temporada.

A estrutura administrativa é composta por departamentos, sendo que cada qual possui um profissional responsável. Abaixo serão ilustrados os departamentos presentes no Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon no ano de 2010, sob a forma de organograma, de acordo com o setor administrativo do empreendimento, o qual continua com os mesmos setores no ano de 2012.

Figura 03 - Organograma dos departamentos do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon.



FONTE: RIEGER FILHO, F. (2010).

4.2.2 Estrutura física

O hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon está estruturado com 40 UH's, sendo divididas em: *single*, duplo, triplo, quádruplo e quántuplo. Possui uma capacidade hoteleira para 120 pessoas.

Além das habitações, o empreendimento conta também com infraestrutura de lazer composta por: 1 restaurante; 3 piscinas, sendo uma infantil e outra adulta ao ar livre, e a terceira coberta, todas aquecidas; Sauna; Quadras poliesportivas (basquete/ vôlei, tênis); e um campo de futebol suíço iluminado; Salão de jogos; Academia com aparelhos para musculação; Sala de reuniões; Área de lazer coberta para as crianças; *Playground*; Equipamentos para lazer em geral (pedalinhos, charrete, trator, bicicletas, caiaque, entre outros); Loja de *souvenirs*; Espaço para realização de massagens; Estacionamento coberto; Capela; Fonte de água alcalina sulfurosa, além de um amplo espaço junto a natureza para caminhada, cavalgada, trilhas, contato com o meio natural, lazer e descanso em geral. (HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON, 2012).

Sua estrutura de lazer conta com a presença de profissionais específicos para esse fim, durante o ano todo. Nos períodos de alta temporada são contratados mais profissionais, com o intuito de melhor atender ao hóspede. (HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON, 2012).

4.2.3 Produtos e serviços do hotel

Quanto aos serviços que o hotel oferece aos seus clientes são estes: Hospedagem com todas as refeições (café da manhã, almoço, lanche da tarde e jantar) inclusas na diária; Atividades de lazer e recreação em suas estruturas como caminhada ecológica, cavalgada, hidroginástica, jogos, entre outros; Passeios como de charrete, trator, bicicleta, passeio de barco, caiaque, bóiacross, pescaria e passeio histórico; Natação; Banho de imersão e massagens relaxantes, terapêuticas, drenagem linfática, entre outras (serviços não inclusos na diária); Internet; Estacionamento; entre outros. O hotel também oferece banho de lama, considerado um tratamento estético medicinal. (HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON, 2012).

Os produtos e serviços existentes nos diversos meios de hospedagens são estruturados com o objetivo de atender as necessidades dos hóspedes reais e atrair clientes potenciais, fazendo com que estes fiquem satisfeitos com os produtos e serviços que adquirem.

Neste contexto, o objeto de estudo deste trabalho é um estabelecimento hoteleiro, que oferece produtos e serviços visando à satisfação de seus clientes, seja pelo que é ofertado atualmente, e por algo que o hotel possa vir a comercializar no futuro. Sendo assim, no próximo capítulo serão apresentados e analisados os resultados da pesquisa de campo, o qual irá expor, entre as questões, sobre a satisfação dos hóspedes quanto aos produtos e serviços atuais do hotel. E também o interesse destes no roteiro turístico como mais uma opção de entretenimento.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados e analisados os resultados da pesquisa, no qual serão explanados o último objetivo específico, propor um roteiro turístico na cidade de Mallet aos hóspedes do hotel; e o objetivo principal do estudo, verificar o interesse dos hóspedes no roteiro turístico, bem como a resposta da problemática levantados na primeira etapa da monografia.

Para alcançar todos os objetivos propostos foi necessário, primeiramente, realizar uma entrevista informal com o proprietário e administrador do estabelecimento, o Sr. Luís Cesar Abib, a fim de verificar o interesse deste na possível comercialização de um roteiro turístico, como uma nova opção de entretenimento desde hotel. Obtendo-se um resultado positivo, verificando-se o interesse do proprietário em inovar seus serviços, sendo que o roteiro seria o ensejo para esta inovação e diferenciação do seu estabelecimento, futuramente.

Após verificado o interesse no roteiro turístico, elaborou-se pela acadêmica, a proposta de roteiro turístico ao empreendimento hoteleiro deste estudo, que será apresentada a seguir, visando atender às expectativas dos clientes.

5.1 PROPOSTA DE ROTEIRO TURÍSTICO AO HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON

Mallet e seus encantos

O roteiro terá duração de 1 dia e será direcionado aos hóspedes, de todas as idades, do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, totalizando um número de 20 hóspedes.

Será executado em períodos de baixa temporada (março, abril, maio, junho, agosto, setembro, outubro e novembro), uma vez por mês, sempre na primeira semana de cada mês, preferencialmente no primeiro sábado. Em períodos de alta temporada (julho, dezembro, janeiro e fevereiro), o roteiro acontecerá duas vezes no mês, quinzenalmente, no primeiro e no terceiro sábado de cada mês.

As saídas serão marcadas em frente a quadra poliesportiva do hotel, às 09h30min, e chegada prevista para 16h. O preço por pessoa será de R\$ 32,00.

Os serviços inclusos no roteiro turístico são: o transporte (micro-ônibus) até os atrativos, o almoço típico no Pesque e Pague de Emílio Ogradoski e o guia de turismo. As taxas de visitação dos atrativos já estão incluídas no valor do pacote.

A localidade a ser visitada é Mallet-PR, incluindo as áreas central e rural, o que caracteriza o roteiro turístico como local central e periférico.

Apresentação dos atrativos

09h30min - Saída do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, em frente a quadra poliesportiva, como mostrado na figura abaixo.

Figura 04: Ponto de partida do roteiro turístico.



FONTE: A AUTORA, 2012.

09h45min - Visita ao Parque de Lazer dos Imigrantes (tempo estimado para visitação 20 minutos, mais 5 minutos para chegar ao próximo atrativo).

Monumento construído em homenagem aos imigrantes que chegaram à região por volta de 1890. Foi inaugurado no ano de 1998, cuja extensão territorial acompanha a linha férrea no centro do município, é um espaço público para lazer familiar. Além da edificação de madeira em estilo ucraniano, como observado *in loco*, fazem parte da infraestrutura do parque, quadras de areia, uma ciclovia, estacionamento e ampla área verde para apreciação da natureza, como pode ser observado com a figura a seguir.

Neste atrativo histórico-cultural, os turistas poderão conhecer parte da história dos imigrantes ucranianos nesta região, apreciar a natureza e tirar fotos para recordações.

Figura 05: Parque de lazer dos imigrantes.



FONTE: A AUTORA, 2012.

10h10min - Visita a Igreja São Pedro de Mallet (tempo para visitação 20 minutos).

A Igreja São Pedro de Mallet   de arquitetura em estilo polonês, foi inaugurada no ano de 1951, no mesmo lugar onde anteriormente havia uma igreja de madeira também em homenagem a São Pedro. A constru o da nova igreja teve início com o auxílio e incentivo do Padre Sigismundo Pietrowski, juntamente com a comunidade. (INVENTÁRIO TURÍSTICO DE MALLET, 2002).

Está localizada na Rua Marechal Floriano Peixoto e as visitas ocorrem mediante agendamento na casa paroquial.

Neste atrativo histórico-cultural os visitantes poderão aprender um pouco sobre a história da igreja e da coloniza o polonesa no município.

Figura 06: Igreja São Pedro de Mallet.



FONTE: A AUTORA, 2012.

10h30min - Visita a Igreja Sagrado Coração de Jesus (20 minutos para visitação).

A Igreja Sagrado Coração de Jesus foi construída entre os anos de 1918 e 1931, pelo Padre Emiliano Ananevich, recebendo ampliações no ano de 1951. A igreja segue o rito ucraniano-católico, possui em sua parte externa um campanário com três sinos, um pavilhão para festas e uma gruta com a imagem de Nossa Senhora. (INVENTÁRIO TURÍSTICO DE MALLET, 2002).

Está localizada na Rua Tiradentes e as visitas são mediante solicitação ou durante as celebrações.

Figura 07 e 08: Igreja Sagrado Coração de Jesus.



FONTE: A AUTORA, 2012.

11h - Visita ao Chalé do Produtor (tempo estimado para visitação e compra de *souvenirs*, 30 minutos, e 10 minutos para chegar até o próximo atrativo).

O Chalé do Produtor está localizado próximo ao trevo principal da cidade de Mallet-PR, de fácil acesso. Neste estabelecimento são encontrados produtos típicos da localidade, como compotas de Kiwi (fruta da região), vinhos artesanais e demais produtos alimentícios peculiares, além dos confeccionados manualmente como artefatos com bordado ucraniano, crochê, tricô, pinturas, peças artesanais em palha de milho, entre outros. Os visitantes poderão conhecer o estabelecimento e adquirir produtos típicos da região.

Figura 09: Chalé do Produtor.



FONTE: A AUTORA, 2012.

Figura 10 e 11: Produtos e placa indicativa do Chalé do Produtor.



FONTE: A AUTORA, 2012.

11h40min - Visita e almoço no Pesque e Pague de Emílio Ogrodoski, onde será serviço almoço típico ucraniano (tempo estimado para o almoço e lazer 2h30min, mais 25 minutos até o atrativo a seguir).

O Pesque e Pague está situado a aproximadamente 6 km do centro da cidade de Mallet-PR. É uma propriedade particular familiar, cujos donos são o Sr. Emílio e Sra. Danuta Ogrodoski.

A Sra. Danuta Ogrodoski especificou em entrevista informal que o atrativo possui um alqueire e meio de área territorial, incluindo terras para plantio e 8 tanques para a atividade de pesca. A construção dos tanques começou por volta do ano 2000, a princípio para lazer da família, em 2002 foram colocados os primeiros peixes e somente no ano de 2006 que surgiu o interesse por parte dos proprietários em atender ao turismo, momento em que o empreendimento foi aberto à população, sendo divulgado na região e redondezas. Após este período o empreendimento passa constantemente por melhorias na infraestrutura, para atender satisfatoriamente aos turistas, sua maioria proveniente da cidade de Rio Azul.

O espaço conta, além dos 8 tanques e equipamentos de pesca, com infraestrutura composta por uma lanchonete, com capacidade para 50 pessoas, salão de festas, banheiros e área de lazer com balanças e bancos, proporcionando ao visitante descanso e contato com a natureza de um modo geral.

Neste atrativo, os praticantes do roteiro terão a oportunidade de apreciar a ambiente, pescar e degustar alguns pratos típicos da gastronomia desta região, incluindo o famoso pirogue, muito apreciado entre os ucranianos e poloneses.

Figura 12: Imagem aérea do Pesque e Pague de Emílio Ogrodoski.



FONTE: AERO ARTE, 2008.

Figuras 13 e 14: Espaço e equipamentos do pesque e pague.



FONTE: A AUTORA, 2012.

14h35min - Visita a Igreja de São Miguel Arcanjo, na Serra do Tigre (tempo estimado para visita e fotos 30 minutos, mais 10 para chegar até o próximo atrativo).

A Igreja de São Miguel Arcanjo está localizada na Serra do Tigre, na área rural da cidade, aproximadamente 9 km do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon e 16 km do centro de Mallet.

De acordo o portal eletrônico Angelo Vanhoni (2011) esta teve sua construção iniciada no ano de 1899 e concluída em 1903, sobre orientação do padre Nikon Rozdolske. É um dos remanescentes mais antigos deste tipo de arquitetura e que permanece em um contexto rural até hoje.

Suas estruturas são todas de madeira encaixada, com paredes triplas e pouco uso de pregos, e sua cobertura é de telhas de madeira e barro, representando um dos maiores referenciais da colonização ucraniana no estado do Paraná, cujas características originais podem ser visualizadas atualmente.

No interior da igreja encontram-se pinturas de ícones e ornamentos, os quais enobrecem o ambiente arquitetônico, como pode ser observado com a figura a seguir.

A igreja é um bem material tombado pelo estado do Paraná desde 1982, sendo mantida pela comunidade da Serra do Tigre a mais de 100 anos. Entre os anos de 2009 e 2011 a mesma passou por uma restauração, mas mantendo-se suas peculiaridades. (FOLHA DE IRATI, 2011).

Neste atrativo histórico-cultural, considerado um dos principais do município, os visitantes poderão conhecer e aprender um pouco da história da igreja e da

cultura ucraniana presente na localidade, apreciar a arquitetura, as pinturas e visualizar a exuberante paisagem local, devido a sua localização em terreno elevado.

Figura 15: Igreja de São Miguel Arcanjo.



FONTE: A AUTORA, 2012.

Figuras 16 e 17: Pinturas iconográficas e decoração ucraniana no interior da Igreja de São Miguel Arcanjo.



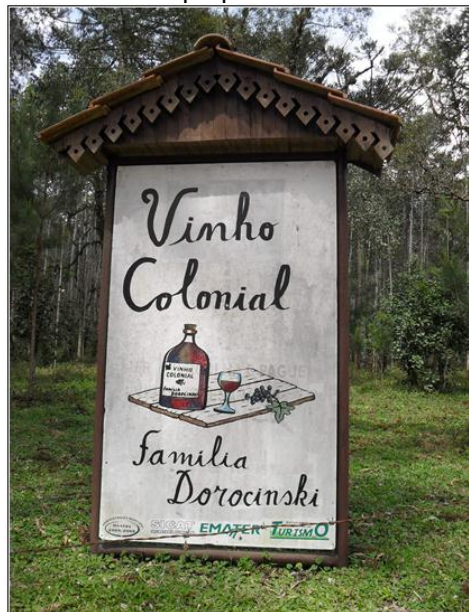
FONTE: A AUTORA, 2012.

15h15min - Visita a propriedade de vinho colonial Dorocinki (tempo estimado para visitação, degustação e compra de vinhos 35 minutos).

Está localizada na área rural, a 700 metros da BR 153, sentido Mallet a Paulo Frontin.

É uma propriedade particular familiar de produção de vinho, tem como proprietário o Sr. Celso Dorocinski. O qual trabalha com a produção de vinhos desde o ano de 2005. Neste estabelecimento os visitantes terão a oportunidade de conhecer e aprender sobre a produção desta bebida, e adquirir vinhos coloniais de variados tipos. As visitas são mediante agendamento com o proprietário.

Figura 18: Placa indicativa da propriedade de vinho colonial Dorocinski.



FONTE: A AUTORA, 2012.

Figura 19: Espaço para armazenamento do vinho.



FONTE: A AUTORA, 2012.

15h45min - Retorno ao hotel, com chegada prevista às 16h.

De um modo mais simples, a seguir será apresentado o itinerário do roteiro turístico com o objetivo de proporcionar uma melhor visualização para o leitor e organização dos atrativos a serem visitados durante o roteiro turístico.

Quadro 01: Itinerário do roteiro turístico.

DIA	HORÁRIO	ATIVIDADES
1º Dia	09h30min	Saída do hotel.
	09h45min	Visita ao Parque de Lazer dos Imigrantes.
	10h10min	Visita a Igreja São Pedro de Mallet.
	10h30min	Visita a Igreja Sagrado Coração de Jesus.
	11h	Visita ao Chalé do Produtor (casa de artesanatos).
	11h40min	Visita e almoço no Pesque e Pague de Emílio Ogrodoski.
	14h35min	Visita a Igreja de São Miguel Arcanjo, ucraniana.
	15h15min	Visita a propriedade de Vinho Colonial Dorocinki
	15h45min	Retorno ao hotel.

FONTE: A AUTORA, 2012.

Sobre as informações das atividades incluídas no roteiro, vale ressaltar que as atividades incluídas serão as visitas aos atrativos, já descritos anteriormente, e o almoço típico ucraniano no Pesque e Pague de Emílio Ogrodoski, onde serão servidos pratos típicos da região.

As visitas estão incluídas no valor do roteiro turístico, já a aquisição de *souvenirs* e vinho artesanal ficarão a critério do cliente.

A respeito do transporte utilizado, o meio de transporte que levará os hóspedes até os atrativos será o micro-ônibus do hotel, que tem capacidade para transportar 20 pessoas.

O roteiro turístico será divulgado, com todas as informações pertinentes, através do site do hotel, onde os interessados poderão fazer a reserva pelo próprio site, ou através do setor específico responsável pela elaboração e execução do roteiro turístico. Além da divulgação no próprio estabelecimento, através do quadro de programação das atividades de lazer. Vale ressaltar que o setor que cuidará do

roteiro ainda não existe no hotel, mas será sugerido pela autora do trabalho ao empreendimento hoteleiro.

Com relação à forma de pagamento, será realizada antes da execução do roteiro, diretamente com o setor responsável pela atividade.

Sobre a documentação necessária, será imprescindível a apresentação da Carteira de identidade ou registro dos participantes menores, os quais serão verificados antes do embarque.

No custo total do roteiro turístico serão considerados os gastos com transporte (percurso de aproximadamente 60 km), almoço no Pesque e Pague e taxa do guia de turismo¹, conforme pode ser visualizado no quadro 02.

Quadro 02: Serviços e custos incluídos no roteiro.

Serviços/valores	Transporte (micro-ônibus 20 lugares), distância (60 km) R\$ 2,00/km	Almoço no pesque e pague (R\$ 20,00/pessoa)	Guia de turismo	Custo total
Custo total de cada serviço	R\$ 120,00	R\$ 400,00	R\$ 120,00	R\$ 600,00
Custo por pessoa	R\$ 6,00	R\$ 20,00	R\$ 6,00	R\$ 32,00

FONTE: A AUTORA, 2012.

Vale ressaltar que não obteve-se o lucro direto para o empreendimento neste momento, o qual será discutido com maior precisão com o proprietário do estabelecimento no futuro, porém como já mencionado no marco teórico, de um modo geral, o roteiro poderá trazer benefícios para o hotel como aumento de demanda e divisas, sendo que este lucro está mais relacionado a ampliação do tempo de permanência do hóspede no empreendimento, do que em relação a execução do roteiro turístico.

Para alcançar todos os objetivos propostos, além de ser desenvolvida a proposta de roteiro turístico anterior, foram aplicados questionários aos hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, com a finalidade de responder o problema e o objetivo geral levantados no estudo. Vale ressaltar que escolheu-se este método por ser o mais apropriado para este tipo de pesquisa.

¹ A taxa do guia de turismo foi calculada de acordo com a Associação Brasileira dos Guias de Turismo – ABGTUR (2012), considerando ser um passeio pela cidade. Já os custos dos outros serviços foram obtidos através de conversa informal com os responsáveis.

5.2 QUESTIONÁRIO APLICADO AOS HÓSPEDES DO HOTEL FAZENDA HIDROMINERAL DORIZZON – MALLET-PR

Os questionários aplicados aos hóspedes do hotel em questão serão apresentados em forma de gráficos, para assim facilitar o entendimento do trabalho e relatório escrito.

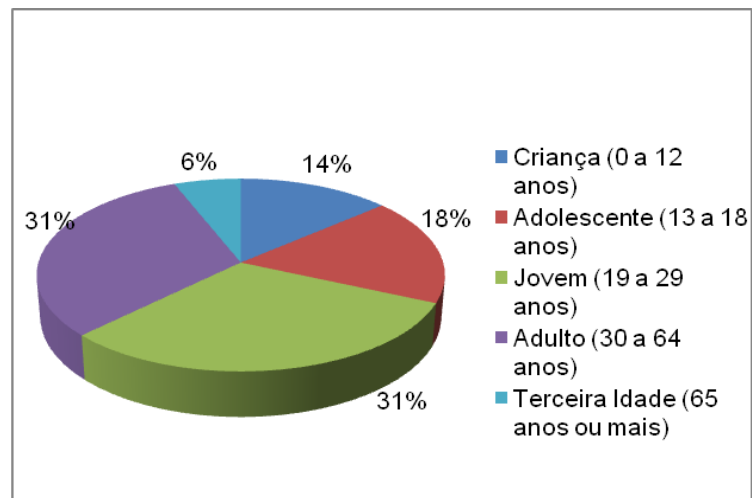
O número de questionários aplicado foi definido através de amostra probabilística, do tipo amostragem aleatória simples, conforme descrito no primeiro capítulo da metodologia aplicada no trabalho.

5.2.1 Perfil dos entrevistados

Os três primeiros gráficos a seguir apresentam o perfil dos hóspedes entrevistados.

O primeiro gráfico explana a faixa etária dos hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon que responderam o questionário. Observa-se, através deste, que a porcentagem de 31% dos entrevistados se apresenta na faixa etária adulta (30 a 64 anos), equilibrando-se com os jovens (19 a 29 anos) também 31%, em seguida estão os adolescentes (13 a 18 anos) com 18%, depois as crianças (0 a 12 anos) representando 14%. Com uma porcentagem de apenas 6% encontra-se a faixa etária da terceira idade (65 anos ou mais). Ressaltando que o proprietário e administrador do hotel o Sr. Luis Cesar Abib, especificou em entrevista informal, que a principal demanda do hotel são famílias, descrição que pode ser confirmada com as porcentagens do gráfico, sendo a maioria adultos, seguido dos jovens, ou seja, pais e filhos.

Gráfico 01: Faixa etária.

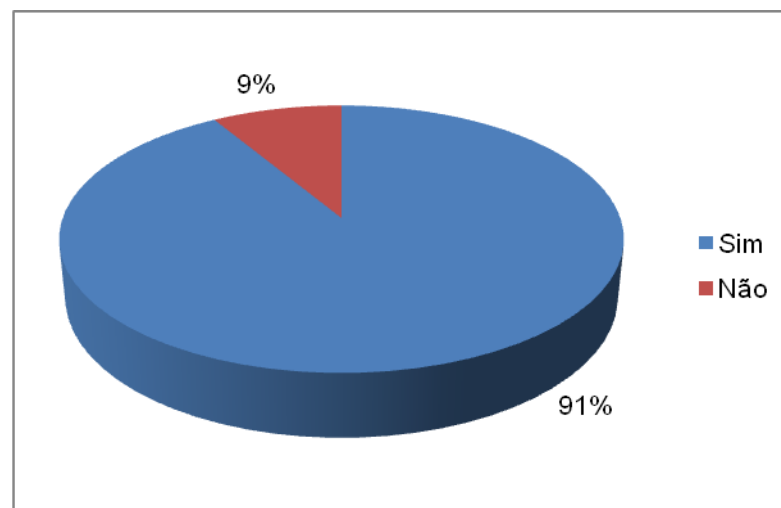


FONTE: VICENTE, L. A. (2012).

O segundo gráfico apresentado abaixo diz respeito à residência no estado do Paraná. Este expõe que a maioria dos hóspedes entrevistados é proveniente do estado do Paraná, representando 91%, e em sua minoria, com 9%, residindo em outros estados.

Através deste gráfico se tem uma base prévia para o próximo gráfico sobre a cidade de proveniência dos hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, confirmando assim a moradia no estado do Paraná.

Gráfico 02: Residência no estado do Paraná.



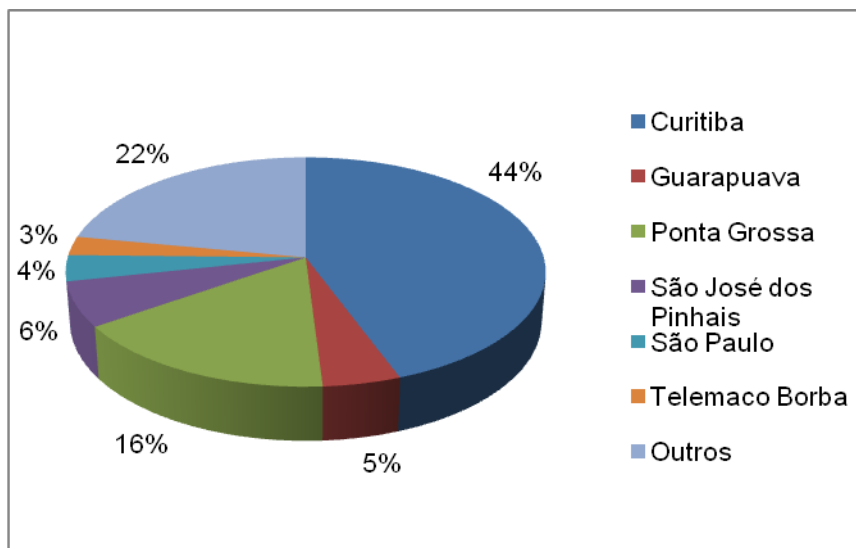
FONTE: VICENTE, L. A. (2012).

O terceiro gráfico diz respeito à cidade de proveniência dos hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, lembrando que o gráfico anterior, trouxe que

a maior porcentagem dos hóspedes que frequentam o hotel reside no estado do Paraná.

Neste terceiro gráfico pode ser observado que a maioria dos hóspedes entrevistados, 44%, reside na cidade de Curitiba, uma quantidade expressiva. Ponta Grossa vem em segundo lugar, representando 16% dos hóspedes, depois a cidade de São José dos Pinhais (6%), Guarapuava (5%), Telêmaco Borba (3%), e em outras cidades, 22%. O resultado outros foi colocado para simplificar grande parte das cidades de proveniência dos hóspedes, sendo que foram um número variado de cidades respondidas e cada qual com números pequenos de residentes, como por exemplo, em Londrina 1 pessoa, sendo assim para uma melhor descrição dos resultados e compreensão dos dados optou-se por agrupá-las em um só conjunto. Vale ressaltar que segundo os dados da pesquisa, São Paulo é a cidade não pertencente ao estado que apresentou o maior percentual de turistas com 4%.

Gráfico 03: Cidade de proveniência.



FONTE: VICENTE, L. A. (2012).

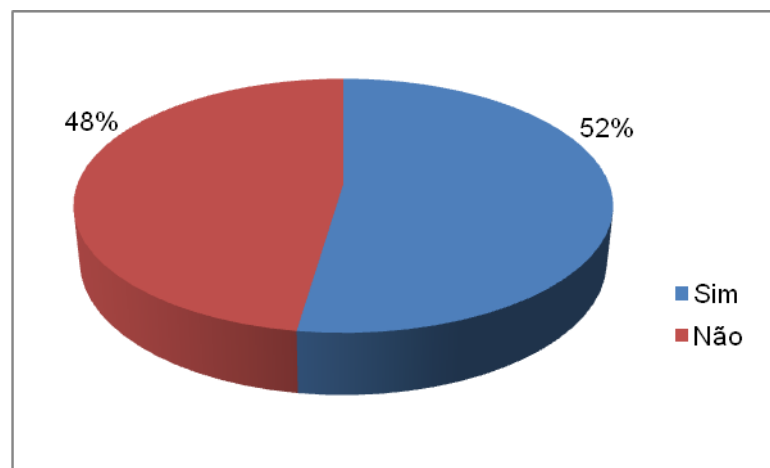
5.2.2 Hotel

Os dois gráficos a seguir trazem as informações básicas sobre o Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, ressaltando questões específicas sobre a hospedagem e seus produtos e serviços.

O gráfico 4 se refere à hospedagem no Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, apresentando a porcentagem de hóspedes que já se hospedaram no hotel anteriormente, e os que não conheciam e estavam frequentando o empreendimento pela primeira vez. Observa-se que houve uma pequena diferença nesta porcentagem, em que 52% dos entrevistados, já haviam se hospedado no hotel e estavam retornando, e que para 48% dos hóspedes era a primeira vez que se hospedavam.

Com este gráfico pode-se ter uma prévia quanto ao gráfico a seguir, pois se a maioria dos hóspedes conhece e estava retornando ao hotel, é porque os produtos e serviços deste atenderam suas necessidades desde a primeira vez que estiveram no empreendimento.

Gráfico 04: Hospedagem anterior no hotel.



FONTE: VICENTE, L. A. (2012).

O gráfico 05 representa a satisfação dos hóspedes quanto aos produtos e serviços atuais do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon. Através deste observa-se que a maioria dos entrevistados ficaram satisfeitos com o que adquiriram, em que para 96% dos hóspedes, as atividades de lazer e recreação, passeios, estruturas e demais produtos hoteleiros foram satisfatórios. Identificou-se, porém, que uma porcentagem de 4% dos entrevistados não ficou satisfeita com os produtos e serviços que adquiriu, sendo que este percentual de hóspedes insatisfeitos ressaltou algumas falhas e pontos a serem melhorados como: Oferta de produtos e serviços diferenciados; Mais atividades como bailinho, roda de viola, bingo, aproveitar mais a natureza; Trilhas para cavalgada; Mais atividades para os jovens; Melhorar as

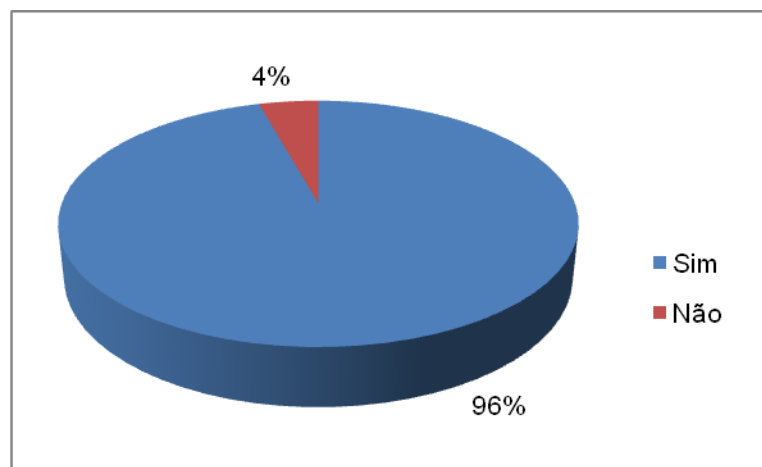
estruturas e pequenos detalhes; Faltam mais ofertas como passeios, roteiros folclóricos, explorar o ecoturismo e a área rural; e Culinária fraca, precisa aprimorar.

Observa-se, com o primeiro elemento apontado pelos hóspedes insatisfeitos com produtos e serviços do hotel atualmente, ou seja, ter a oferta de diferenciais no hotel, que este trabalho de pesquisa tem possibilidade de ser implantado, pois trabalha com um diferencial hoteleiro que poderia ser oferecido pelo Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon a seus hóspedes, um roteiro turístico na cidade de Mallet-PR.

Os gráficos a seguir irão expor com maior aprofundamento esta atividade e o interesse dos hóspedes neste produto.

Os hóspedes que representam os 4% insatisfeitos com os produtos e serviços do hotel também destacaram algumas sugestões como comercializar no hotel *souvenirs* com bordado ucraniano, pães artesanais, apresentações culturais e comidas típicas ucraniana e polonesa, visto que estas etnias são altamente presentes na cidade em que o hotel encontra-se localizado, Mallet-PR.

Gráfico 05: Produtos e serviços do hotel.



FONTE: VICENTE, L. A. (2012).

5.2.3 Roteiros turísticos.

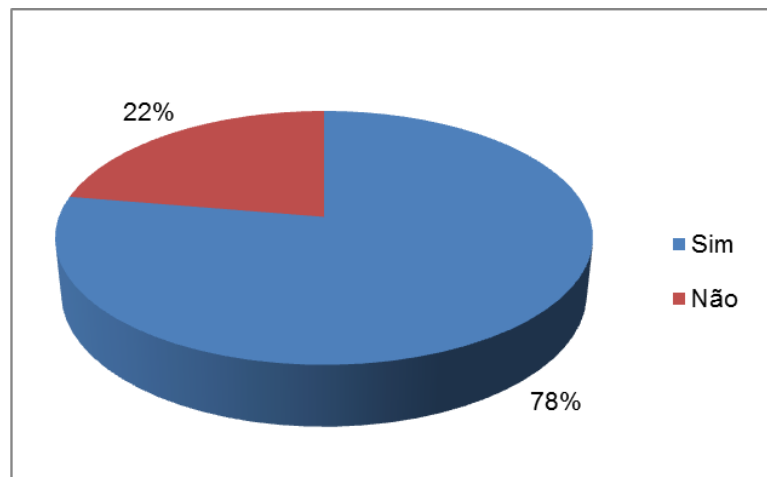
Os cinco últimos gráficos apresentados adiante se referem ao foco deste trabalho, roteiros turísticos, trazendo o objetivo geral desta pesquisa, que é verificar se os hóspedes do empreendimento estudado nesta pesquisa têm interesse em uma opção a mais de atividade, sendo este um roteiro turístico pela cidade de Mallet-PR.

Os dados do sexto gráfico ressaltam o percentual de hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon que já praticaram algum tipo de roteiro turístico em qualquer lugar. Dos hóspedes entrevistados, 78%, a maior porcentagem, já praticou este tipo de atividade. O restante, 22%, ainda não teve a oportunidade de realizá-lo.

Ressaltando que roteiros turísticos são uma sequência de visitação organizada a atrativos de um determinado local. (TAVARES, 2002). E para muito turistas se tornam um modo mais fácil e seguro de viagem.

No caso do maior percentual apresentado neste gráfico, pode-se concluir que os hóspedes que já realizaram algum tipo de roteiro turístico, têm mais experiência e conhecimento quanto a este produto turístico, facilitando assim na hora de optar se seria interessante ter a oferta deste novo produto no hotel ou não.

Gráfico 06: Roteiro turístico.



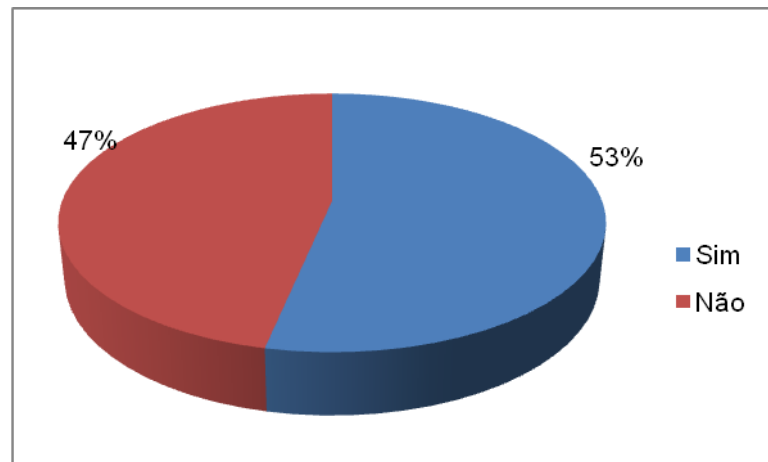
FONTE: VICENTE, L. A. (2012).

O gráfico a seguir representa a porcentagem de hóspedes que já realizaram algum roteiro turístico por meio de um estabelecimento hoteleiro. O resultado foi equilibrado, pois a maioria, ou seja, 53%, responderam já ter realizado este tipo de roteiro oferecido por determinados hotéis, e 47%, a minoria não realizou este tipo de atividade.

Estes dados foram relevantes principalmente para o conhecimento e confirmação de que existem empreendimentos hoteleiros que disponibilizam este tipo de produto, os quais os hóspedes entrevistados usufruíram e incentivavam o estabelecimento hoteleiro deste trabalho a oferecer também, como um produto diferenciado. Porém, não foi obtida no momento da pesquisa, a informação se estes

roteiros turísticos foram oferecidos pelos próprios meios de hospedagem ou através de agências de viagens dentro destes meios, pois como visto no desenvolvimento do marco teórico, já é comum, encontrar este tipo de serviço, escritórios de agências de viagens nas dependências de empreendimentos hoteleiros, principalmente em cidades turísticas, disponibilizando aos hóspedes atividades como passeios e *city tour* pela cidade.

Gráfico 07: Prática de roteiro turístico através de um empreendimento hoteleiro.

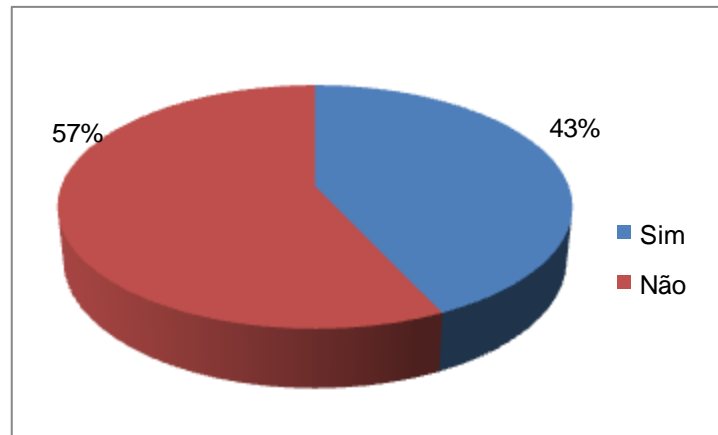


FONTE: VICENTE, L. A. (2012).

O próximo gráfico apresenta o conhecimento da cidade de Mallet-PR pelos hóspedes entrevistados. De acordo com os resultados, observa-se que a maioria dos hóspedes que respondeu os questionários, sendo 57% do universo pesquisado, afirmaram que não tiveram a oportunidade de conhecer a cidade. Já 43% hóspedes, a minoria, conheciam a cidade ou passaram rapidamente por ela.

O gráfico referente ao conhecimento do município de Mallet-PR é importante para mostrar se as pessoas que vem até o hotel ficam somente dentro dele, aproveitando suas atividades de lazer e recreação, ou saem ao redor do hotel, têm interesse em conhecer a cidade que abriga o estabelecimento, o comércio, o que esta tem a oferecer aos visitantes. Com esse conhecimento pode-se ter uma prévia para o próximo gráfico, sobre o interesse no novo produto do hotel.

Gráfico 08: Conhecimento da cidade de Mallet-PR.



FONTE: VICENTE, L. A. (2012).

O nono gráfico traz o objetivo central desta pesquisa, sendo este verificar se os hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon tem interesse em um roteiro turístico no município de Mallet-PR, como uma opção a mais de atividade. Os resultados foram satisfatórios, pois pode-se observar que a grande maioria (94%) dos hóspedes entrevistados mostra interesse neste novo produto, e apenas 6% não tem interesse no roteiro turístico.

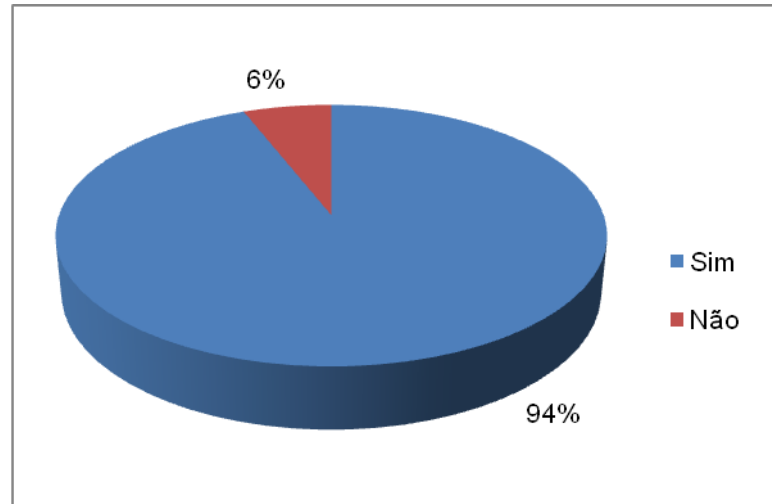
O maior percentual (94%), ou seja, 282 hóspedes entrevistados, além de demonstrarem o interesse pelo novo produto, incentivaram o empreendimento hoteleiro a colocar em prática o roteiro turístico, como uma oportunidade de diferenciar o hotel e aumentar a permanência do hóspede no estabelecimento, pois destacaram que com dois ou três dias pode-se conhecer todo o hotel e as atividades, e que a estadia após este período torna-se repetitiva e cansativa.

Ressaltaram também, que com a oferta do roteiro, os hóspedes poderão usufruir de mais uma atividade do hotel, obtendo através desta, um maior aprendizado e conhecimento da cidade de Mallet-PR, sua cultura e demais elementos que podem despertar interesse.

A porcentagem de 6%, equivalente a 18 hóspedes entrevistados, que responderam desnecessário ter este novo produto no hotel, explicaram sua resposta, ressaltando: Veio para o hotel para descansar e não está interessado em outras atividades; Veio para o hotel para descansar e curtir as atividades dentro deste; Se interessa pelo hotel e pelo que este oferece em suas dependências; Esta atividade de roteiro turístico não desperta interesse; Preferem descansar no hotel; Se interessa mais pelas atividades atuais do hotel; Prefere ficar no hotel e desfrutar

das atividades que este oferece atualmente; Pouco tempo; Cidades pequenas não atraem; e Não gosta de viagens e passeios longos, prefere descansar no hotel.

Gráfico 09: Interesse no roteiro turístico.



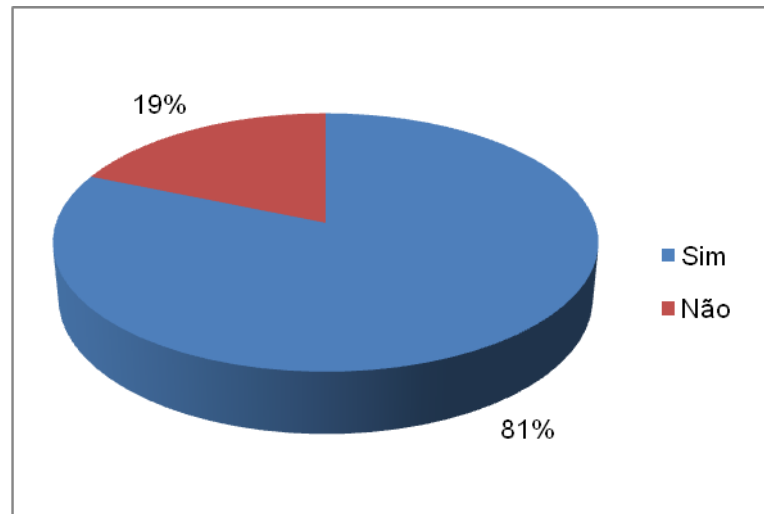
FONTE: VICENTE, L. A. (2012).

O último gráfico desta pesquisa diz respeito também a hospedagem no hotel, porém com um critério específico exposto, que é se tem interesse no roteiro turístico na cidade de Mallet-PR, ficaria mais dias hospedado no empreendimento para realizar este roteiro. Pode ser observado, através das porcentagens, que a maioria dos hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon (81%) ficariam hospedados mais dias para desfrutar deste novo produto. Apenas (19%), dos entrevistados não estenderiam sua estadia no hotel para praticar esta atividade, os quais destacaram principalmente a falta de tempo como principal empecilho, sendo que muitos hóspedes já vêm com programação estabelecida.

Vale ressaltar que o décimo gráfico complementa o anterior, quando se refere ao prolongamento da estadia por causa do roteiro. Pode observar de acordo com o exposto com maior percentual (94%) dos hóspedes entrevistados do gráfico antecedente (os quais se interessaram pelo roteiro turístico), que a ausência de um diferencial ou mais atividades atualmente, torna a estadia no hotel cansativa, após três dias de hospedagem.

Ainda que a permanência do hóspede por um maior período de tempo no hotel proporcionará a este estabelecimento mais rentabilidade, como já descrito no início do trabalho.

Gráfico 10: Interesse positivo X mais dias hospedado(a) no hotel.



FONTE: VICENTE, L. A. (2012).

Pode-se verificar através desta pesquisa com o hóspede médio do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, que (31%) compreende a faixa etária adulta, igualando-se aos jovens também (31%), ambos acompanhados da família, para fruição do período de férias, provenientes do próprio estado do Paraná (91%), mais precisamente da cidade de Curitiba (44%). Sendo que a maioria destes hóspedes (52%) já conheciam o hotel e estavam retornando, e (96%) gostam e sentem-se satisfeitos com os produtos e serviços atuais ofertados no hotel.

Quanto à prática de roteiro turístico, elemento principal deste trabalho de pesquisa, verificou-se que esta atividade já foi realizada pela maioria dos hóspedes (78%), os quais responderam também ter realizado esta atividade por meio de um empreendimento hoteleiro, onde se hospedavam (53%).

Em relação ao conhecimento da cidade de Mallet-PR, a maioria dos entrevistados não conhecem a cidade (57%), porém já ouviram falar das culturas ucranianas e polonesas presentes nesta região, mostrando assim interesse no roteiro turístico na cidade de Mallet-PR como ensejo para este conhecimento. Quanto ao principal objetivo desta pesquisa, observa-se que o expressivo percentual de hóspedes (94%) apontou interesse no roteiro turístico, como uma oportunidade de conhecer mais sobre a cidade, seus atrativos turísticos, sua cultura, entre outros, e assim incentivando o empreendimento a oferecer realmente este produto. Em relação ao prolongamento da estadia no hotel, a maioria (81%), ficaria mais dias hospedado para executar o roteiro, sem maiores restrições.

Em relação à proposta de roteiro turístico; considerando a busca por informações e observação *in loco*, bem como conversas informais com os responsáveis pelas propriedades e estruturas integrantes do roteiro, chega-se a conclusão que elaborar um roteiro não é uma tarefa fácil, a qual demanda tempo e habilidades para preparação. Neste contexto, frente à experiência vivenciada pela acadêmica, e considerando que a proposta seja realmente colocada em prática, observa-se a necessidade de se estruturar no Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon um departamento específico que cuide desta nova atividade de entretenimento e a contratação de profissionais habilitados para este fim, visto que esta envolve um conjunto aspectos teóricos e práticos como preparação, divulgação, reserva e execução do roteiro, tarefas principais para compor um setor administrativo, o qual seria relevante estar composto por profissionais da área de turismo, em que a autora do trabalho almeja assumir a responsabilidade.

Para finalizar este capítulo, evidencia-se que o roteiro turístico foi aceito com êxito pelos hóspedes, e se colocado em prática poderá trazer pontos positivos para todos os envolvidos, seja para o desenvolvimento do turismo local, pois haverá mais pessoas circulando na cidade, adquirindo produtos e movimentando a economia da localidade; seja para o hóspede que terá uma opção a mais de entretenimento, o ensejo de praticar algo diferente e conhecer a cidade de Mallet, e o que esta tem a oferecer ao visitante; seja para o empreendimento hoteleiro que conseguirá manter por mais tempo seus hóspedes, podendo aumentar seus lucros e também atrair mais clientes, uma vez que este hotel se tornará um diferencial no mercado turístico, ao comercializar, ele próprio, um roteiro turístico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hotelaria é uma área abrangente, que se apresenta mais dinâmica e flexível ao mercado turístico, oferecendo serviços cada vez mais característicos, sempre buscando a satisfação e fidelização de um número maior de clientes.

No decorrer do trabalho, abordou-se a relevância que os produtos e serviços hoteleiros desempenham no mercado, seja para atender as necessidades dos consumidores e/ ou atrair um número maior de clientes. O quanto é essencial às empresas hoteleiras inovarem seus produtos, oferecendo diferenciais, com qualidade, sendo esta altamente valorizada, vista atualmente não mais como um diferencial e sim como um dever de todos os prestadores de serviços turísticos, pois os clientes almejam ser bem tratados, e estão dispostos a pagar pelos serviços adquiridos.

Sendo assim, este estudo buscou trabalhar uma nova forma de relação entre um produto turístico e um meio de hospedagem, apresentando um roteiro turístico como produto complementar e diferenciado, a ser ofertado pelo Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon.

A problemática da pesquisa foi levantada considerando a possível oferta deste novo produto no hotel de estudo, e para respondê-la, foi apresentado como objetivo geral verificar se os hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon têm interesse em um roteiro turístico pela cidade de Mallet-PR como uma opção a mais de atividade ofertada pelo empreendimento.

Para alcançar o objetivo proposto, foi desenvolvida a pesquisa campo, com a aplicação de questionários aos hóspedes, a fim de verificar o interesse destes na oferta do roteiro turístico. Observa-se com os resultados obtidos que a maioria dos hóspedes do hotel demonstraram interesse no roteiro turístico, pela cidade de Mallet-PR, incentivando o estabelecimento a colocar em prática esta nova atividade.

Em relação aos objetivos específicos propostos, alcançou-se sua totalidade, chegando-se a resultados satisfatórios.

De acordo com o primeiro objetivo, conclui-se que os produtos e serviços do hotel, atualmente, se apresentam além da hospedagem e alimentação, em atividades de lazer e recreação, como trilhas, cavalgada, passeio de charrete, trator, caiaque, bicicleta, entre outras, estas que agregam valor ao meio rural e natural, devido ao contexto em que o empreendimento se encontra, sendo estas satisfatórias

para os hóspedes, conforme a resposta obtida com a quinta questão do questionário aplicado aos hóspedes, em que o percentual de 96% dos entrevistados, responderam estarem satisfeitos com os produtos e serviços atuais do hotel, porém alguns ressaltaram que algo a mais seria interessante. Obteve-se estes resultados através da pesquisa documental, observação *in loco* e pesquisa de campo quantitativa.

Quanto ao segundo objetivo, ou seja, os pontos positivos e negativos da implantação de um roteiro turístico, para alcançá-lo necessitaram a pesquisa bibliográfica e sua interpretação. Observa-se de acordo com o exposto no referencial teórico deste trabalho, que esta atividade de um modo geral, pode trazer tanto benefícios para os envolvidos como impactos negativos. No caso do hotel poderá aumentar sua demanda e o tempo de permanência destes no empreendimento. Em contrapartida poderá gerar alguns impactos, principalmente na cidade de Mallet, caso aconteça de forma inadequada, não respeitando os valores da localidade, pois haverá mais e diferentes tipos de pessoas circulando em uma cidade de pequena extensão.

Já no terceiro objetivo elaborou-se uma proposta de roteiro turístico, a qual necessitou além da pesquisa documental, a observação *in loco* para elaboração desta, visando atender as expectativas dos clientes, verificadas durante o período da pesquisa de campo. Após a elaboração da proposta afirma-se que esta se apresenta como positiva, se praticada de forma correta, considerando a preservação do meio ambiente e a cultura local, será uma atividade que poderá trazer benefícios a todos os envolvidos, seja para o hotel, aumentando o número de clientes e divisas, bem como o tempo de permanência destes; para os hóspedes, maiores beneficiados, como uma opção a mais de entretenimento e a oportunidade de praticar algo diferente, conhecerem a cidade, sua cultura e demais aspectos relacionados; e para o desenvolvimento do turismo local, pois haverá mais pessoas transitando na cidade, adquirindo produtos e serviços, movimentando a economia local, e conseqüentemente para as propriedades integrantes do roteiro, as quais venderão seus produtos artesanais aos praticantes do roteiro. Vale ressaltar que verificou-se o interesse do proprietário na possível comercialização do roteiro, futuramente, o que incentivou ainda mais a pesquisadora atender as expectativas e sugestões dos hóspedes e elaborar uma proposta aceitável.

Sendo assim, conclui-se que o roteiro turístico que poderá ser ofertado pelo Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon foi aceito com êxito pelos hóspedes, como pode ser comprovado com o significativo percentual de 94% dos entrevistados, os quais afirmaram ter interesse na atividade. Além do que, se o estabelecimento oferecer realmente o novo produto, se tornará um diferencial no mercado turístico, ao comercializar, ele próprio, um roteiro turístico.

Em relação à elaboração deste trabalho de pesquisa, ressalta-se que este foi relevante para a autora, uma vez que esta já havia estagiado em empresas hoteleiras e observado a necessidade destas inovarem seus serviços, oferecendo diferenciais, além da importância que representa às empresas hoteleiras o destaque no mercado do turismo, seja pela qualidade dos serviços prestados, profissionalismo, rapidez, diferenciais ou simples mimos, mas que fazem a diferença na compra do produto final.

Recorda-se que o roteiro turístico se executado, será um produto complementar deste hotel que precisa ser trabalhado minuciosamente, assim sugere-se ao proprietário e administrador do empreendimento estruturar um novo departamento no hotel, que cuide especificadamente desta atividade diferenciada, e a contratação de mão de obra profissional da área de turismo para assumirem esta responsabilidade, visto que estes terão um maior conhecimento sobre a referida atividade.

Neste contexto, a proposta de roteiro turístico, elaborada pela pesquisadora, não significa apenas um objetivo proposto e alcançado.

Almeja-se através desta, mostrar o que a autora aprendeu durante o período acadêmico, e uma oportunidade de trabalho na área, uma vez que existe o interesse desta em trabalhar com o roteiro turístico na cidade de Mallet-PR e auxiliar o hotel a se destacar ainda mais no mercado do turismo.

REFERÊNCIAS

AERO ARTE, 2008. **Foto aérea do Pesque e Pague de Emílio Ogrodoski**. Mimeo, 2008.

ANGELO VANHONI. Disponível em:
<<http://www.vanhoni.com.br/2011/11/inauguracao-do-restauro-da-igreja-de-sao-miguel-arcanjo-malletpr/>>. Acesso em outubro de 2012.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS GUIAS DE TURISMO – ABGETUR. Disponível em:<www.abgtur.tur.br>. Acesso em outubro de 2012.

ATLANTICA HOTELS INTERNATIONAL. **Radisson Hotel Curitiba**. Disponível em:
<<http://www.atlanticahotels.com.br/atlantica/hoteis/estrutura.asp?Numfuncionalidade=292&NumHotel=73>>. Acesso em junho de 2012.

BAHL, Miguel. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Prottexto, 2004.

BELLA ITALIA. **Bella Italia Hotel & Eventos**. Disponível em:
<http://www.hotelbellaitalia.com.br/>. Acesso em agosto de 2012.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 12. ed. São Paulo: Senac, 2003.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. **Lei geral do turismo**. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/turismo/legislacao/legislacao_geral/11771_lei.html>. Acesso em abril de 2012a.

_____, MINISTÉRIO DO TURISMO. **Portaria nº 100 de 16 de junho de 2011**. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/turismo/legislacao/legislacao_geral/11771_lei.html>. Acesso em maio de 2012b.

_____, MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do turismo e o mercado**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CÂNDIDO, Índio; VIEIRA, Elenara V. **Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços**. Caxias do Sul: Educs, 2003.

CAON, Mauro. **Gestão estratégica de serviços de hotelaria**. São Paulo: Atlas, 2008.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. 8. ed. Caxias do Sul: Educs, 2001.

CHEHADE, Michelle Bellintani. O uso do marketing de relacionamento em serviços hoteleiros. In: **Revista Científica Eletrônica de Turismo**, v. 4, n. 6, 2007. Disponível em: <<http://www.revista.inf.br/turismo06/artigos/AnoIV-Edic69-Art03.pdf>>. Acesso em julho de 2012.

CROWNE PLAZA CURITIBA. **Crowne Plaza Hotel & Suites Curitiba**. Disponível em: <<http://www.crownecuritiba.com.br/heliponto>>. Acesso em junho de 2012.

DANCEY, Christine P; REIDY, John. **Estatística sem Matemática para Psicologia Usando SPSS para Windows**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DAVIES, Carlos Alberto. **Manual de hospedagem: simplificando ações na hotelaria**. 3. ed. Caxias do Sul: Educs, 2007.

DIÁRIO DO TURISMO. Disponível em: <http://www.diariodoturismo.com.br/18_48_28_6_30_,ricardo-barbanti-nossa-meta-e-ser-um-dos-melhores-em-um-raio-de-100-km-de-sp.html>. Acesso em novembro de 2012.

FERNANDES, Ivan Pereira; COELHO, Marcio Ferreira. **Economia do turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

FOLHA DE IRATI. Disponível em: <<http://www.folhadeirati.com.br/noticias/noticia.asp?id=13818>>. Acesso em outubro de 2012.

FOUR POINTS CURITIBA. **Four Points by Sheraton Curitiba**. Disponível em: <<http://www.atlantichotels.com.br/atlantica/hoteis/estrutura.asp?Numfuncionalidade=292&NumHotel=38>>. Acesso em maio de 2012.

GARVIN, David A. **Gerenciando a qualidade: a visão estratégica e competitiva**. Trad. João Ferreira Bezerra de Souza. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1992.

HOTÉIS.COM. **Hotéis em Curitiba que permitem animais de estimação**. Disponível em: <<http://www.hoteis.com/de134350-am64/hoteis-permitem-se-animais-de-estimacao-curitiba-brasil/>>. Acesso em maio de 2012.

HOTEL DAS CATARATAS. **Hotel das Cataratas Foz do Iguaçu**. Disponível em: <http://www.hoteldascataratas.com.br/web/ogua_pt/iguassu_experiences.jsp>. Acesso em agosto de 2012.

HOTEL DORIZZON. **Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon**. Disponível em: <<http://www.dorizzon.com.br/hotel.php>>. Acesso em junho de 2012.

HOTEL SERRAVERDE. Disponível em: <http://www.hotelserraverde.com.br/site-ptbr/lazer.php>. Acesso em novembro de 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em junho de 2012.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Trad. Ainton Bonfim Brandão. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Economia do turismo**. 7. ed.

São Paulo: Atlas, 2001.

MAMEDE, Gladston. **Agências, viagens e excursões:** regras jurídicas, problemas e soluções. Barueri, SP: Manole, 2003.

PALADINI, Edson Pacheco. **Controle de qualidade:** uma abordagem abrangente. São Paulo: Atlas, 1990.

PETROCCHI, Mario. **Hotelaria:** planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MALLET-PR. Disponível em: <
http://www.mallet.pr.gov.br/Site_mallet/localizacao.asp >. Acesso em maio de 2012.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MALLET-PR. **Inventário turístico de Mallet-PR.** Mallet, 2002.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MALLET-PR. **Plano Diretor de Uso e Ocupação do Solo Municipal de Mallet.** Mallet, 2006.

REVISTA HOTÉIS. **Mabu Royal & Premium Hotel.** Disponível em:
<<http://www.revistahoteis.com.br/materias/12-Mercado/3767-Mabu-Royal-Premium-Hotel-oferece-apartamentos-exclusivos-para-mulheres>>. Acesso em maio de 2012.

RIEGER FILHO, Flávio. **Estudo da viabilidade de implantação de um centro de eventos no Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon no município de Mallet - Paraná.** 2010. Monografia do Curso de Turismo. Universidade Estadual do Centro Oeste – UNICENTRO, Irati, 2010.

ROQUE, Andréia Maria; VIVAN, Antônio Marcos. O turismo no espaço rural: uma estratégia para a nova gestão rural brasileira. In: **Revista Eletrônica de Administração da UFLA**, v. 1, n. 1, 1999. Disponível em:
<<http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/296/293>>. Acesso em agosto de 2012.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável:** a proteção do meio ambiente. Campinas, SP: Papirus, 1997.

SANTOS, Rodrigo Amado dos; BARBOSA, Talita Prado; OLIVEIRA, Rosilene Pedroso de. Uma perspectiva sobre as estruturas, os departamentos e os processos de planificação, gerenciamento e controle da cadeia produtiva hoteleira. In: **Revista Científica Eletrônica de Turismo**, v. 8, n. 14, 2011. Disponível em: <
<http://www.revista.inf.br/turismo14/artigos/TU814106.pdf>>. Acesso em julho de 2012.

SECRETARIA DO TURISMO DO PARANÁ. **A cidade de Mallet-PR.** Disponível em:
<<http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=49?conteudo=7>>. Acesso em 29 de junho de 2012.

SEGUNDA, Edinéia; VICENTE, Lilian Aline; TOFFOLO, Regina; DEMCZUK, Paula Grechinski. Elaboração e execução de roteiro turístico do tipo local periférico:

resultados obtidos com “Encantos do Campo”. In: **Anais do II SIEPE – Semana de Integração, Ensino, Pesquisa e Extensão**. Irati, 2011.

SILVA, Mary Claudia da. O planejamento estratégico participativo como instrumento para elaboração do roteiro turístico Flor do Cerrado. In: **Revista ECETUR**, 2008. Disponível em: <http://www.aems.com.br/download/revista_ecetur.pdf>. Acesso em maio de 2012.

TAVARES, Adriana de Menezes. **City tour**. São Paulo: Aleph, 2002.

WEISSBACH, Paulo Ricardo Machado. Roteiros turísticos: definindo uma base conceitual. In: **Seminário Institucional de Ensino, Pesquisa e Extensão**. XIII Mostra de Iniciação Científica. VIII Mostra de Extensão. UNICRUZ, 2010.

WILTGEN, Mariana. **Análise de viabilidade financeira para abertura de um *hostel***. 2011. Monografia do Curso de Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

APÊNDICE

Apêndice 1 - Modelo de questionário aplicado aos hóspedes do Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon, nos meses de junho e julho de 2012.

a) Perfil do Entrevistado

1) A qual faixa etária você pertence?

- criança 0 a 12 anos adolescente 13 a 18 anos jovem 19 a 29 anos
 adulto 30 a 64 anos terceira idade 65 anos ou mais.

2) Reside no estado do Paraná?

- sim não

3) Qual sua cidade de proveniência?

b) Hotel

4) Já teve anteriormente hospedado no Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon?

- sim não

5) Os produtos e serviços atuais do hotel são satisfatórios?

- sim não. Por que?

c) Roteiros Turísticos

6) Já praticou algum roteiro turístico?

- sim não

7) Já realizou algum tipo de roteiro turístico produzido e comercializado por um empreendimento hoteleiro?

- sim não

8) Conhece a cidade de Mallet-PR?

- sim não

9) Você tem interesse em um roteiro turístico pela cidade de Mallet-PR como uma opção a mais de atividade ofertada pelo Hotel Fazenda Hidromineral Dorizzon?

sim não. Por que?

10) Caso positivo, ficaria mais dias hospedado no Dorizzon para aproveitar esse possível produto?

sim não