

# CAPÍTULO 13

## PERCEPÇÃO DO TURISTA SOBRE HOSPITALIDADE: UM ESTUDO NA ROTA ECOLÓGICA ALAGOANA

*Data de aceite: 01/11/2021*

### **Gildo Rafael de Almeida Santana**

Doutorando em Modelagem e Tecnologia para Meio Ambiente Aplicadas em Recursos Hídricos, Instituto Federal Fluminense-IFF  
Macaé-RJ  
<https://orcid.org/0000-0001-6307-3256>

### **Marielle Cristina Silva Mendonça**

Graduada em História, Faculdade de Formação de Professores da Mata Sul-FAMASUL  
Maragogi-AL  
<http://lattes.cnpq.br/2510592440950169>

### **Ademar da Silva Paulino**

Técnico em Agropecuária Instituto Federal de Alagoas-IFAL, Maceió-AL  
<http://lattes.cnpq.br/2910027916772762>

### **Uilliane Faustino de Lima**

Tecnóloga em cooperativismo, Instituto Federal de Alagoas-IFAL  
Maceió-AL  
<http://lattes.cnpq.br/1125751387258632>

**RESUMO:** A atividade turística ascende na economia confirmando sua relevância no cenário atual, tal afirmação pode ser constatada a partir do seu grau de participação na economia global. Esse mercado em constante crescimento exige um novo tratamento e uma correta estratégia competitiva, de forma a oferecer um serviço diferenciado visando satisfazer as expectativas do consumidor. Neste projeto, foi analisado a relação entre a qualidade dos serviços turísticos

ofertados na Rota Ecológica Alagoana e a satisfação dos turistas. Para tanto, foi realizado um estudo exploratório-descritivo, com enfoque analítico quantitativo. A coleta de dados foi através de um questionário aplicado junto aos turistas que estavam hospedados na região. Diante dos resultados obtidos, foi constatado que a maioria dos turistas ficaram satisfeitos com os serviços de hospedagem da região, considerando os serviços entre ótimo e bom.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hospitalidade, posicionamento estratégico, satisfação, turistas.

### TOURIST PERCEPTION ABOUT HOSPITALITY: A STUDY IN THE ROTA ECOLÓGICA ALAGOANA

**ABSTRACT:** Tourist activity rises in the economy confirms its relevance in the current scenario, such a statement can be seen from its level of participation in the global economy. This market in constant growth requires a new treatment and a proper competitive strategy in order to offer a unique service which aims to satisfy consumer expectations. In this project, it was analyzed the relationship between the quality of tourism services offered at Ecological Route of Alagoas and satisfaction of tourists. Therefore, we performed a descriptive exploratory study with quantitative analytical approach. Data collection was through a questionnaire applied among tourists who were staying in the region. Based on these results, it was found that most tourists were satisfied with the hosting services in the region, considering the services between great and good.

**KEYWORDS:** Hospitality, strategic positioning,

satisfaction, tourists.

## INTRODUÇÃO

O turismo assumiu um papel importante como alternativa de desenvolvimento social, econômico e cultural da sociedade. As perspectivas de exploração da atividade turística têm incentivado municípios a lançarem um novo olhar sobre seu patrimônio cultural e natural, como oportunidade de criação de atividades que proporcionem incremento de renda para a população e, também, desenvolvimento econômico e social.

No Brasil, o turismo é uma das atividades econômicas que mais vem crescendo, especialmente no Nordeste, região apontada como destino preferido pelos turistas brasileiros (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2016). No Nordeste, Alagoas é um dos destinos mais procurados, com uma taxa de ocupação hoteleira anual em média de 72% (SETUR, 2014). Em Alagoas, a região intitulada Rota Ecológica, local de estudo desta pesquisa, localizada ao norte do Estado, se estende por somente 40 km, compreendendo os municípios de Passo de Camaragibe, São Miguel dos Milagres e Porto de Pedras, é nacional e internacionalmente conhecida pelo turismo de alto padrão aliados a ações de sustentabilidade.

Com o crescimento da atividade turística, é necessário um novo tratamento e uma correta estratégia competitiva de forma a satisfazer as expectativas do novo consumidor. Atualmente, a hotelaria é constituída de diversos tipos de hospedagem, pois o mercado hoteleiro cresceu e abriu espaço para que grandes e pequenos meios de hospedagem atuem lado a lado, aumentando a necessidade de decisões e atitudes acertadas no mercado (OLSEN et al., 2008).

Com o aumento da concorrência, as empresas estão percebendo que encantar os turistas já não é mais suficiente para a fidelização, e por isto, procuram oferecer-lhes experiências que superem suas expectativas, além de estarem sempre em busca de algo que possibilite tirar proveito em relação aos concorrentes (ABREU et al., 2010).

Neste ambiente, muitos meios de hospedagem utilizam-se do planejamento estratégico para nortear suas ações. No entanto, mesmo sendo uma importante ferramenta para a gestão de uma empresa, é realidade no setor hoteleiro, principalmente na hotelaria independente, a inexistência do Planejamento Estratégico ou a informalidade do mesmo (BOEING, 2011).

A Organização Mundial do Turismo – OMT (2003) ressalta que o planejamento do turismo deve objetivar o alcance de um caminho de desenvolvimento integrado, controlado e sustentável. A sua elaboração deve ser calcada num elenco de procedimentos sistemáticos, tais como a definição dos objetivos, o desenvolvimento de pesquisas e implantação de ações mais efetivas. Para Ignara (2003), o planejamento da atividade turística se mostra, portanto, como um poderoso instrumento de fomento ao desenvolvimento socioeconômico de uma comunidade.

Diante do exposto, fica claro que a hotelaria necessita de uma gestão cada vez mais profissionalizada e estratégica, atenta às atualizações e inovações exigidas para a sobrevivência no mercado. As empresas precisam planejar o futuro para que sobrevivam, cresçam e satisfaçam às necessidades dos clientes e da própria organização (PHILIPS; MOUTINHO, 1999).

## MATERIAL E MÉTODOS

Para o tipo de pesquisa desenvolvida, utilizou-se a classificação sugerida por Vergara (2003), que pode ser considerada de caráter descritivo “expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno”.

Os objetivos propostos visaram mapear as vantagens competitivas dos empreendimentos de hospitalidade da região estudada. Neste sentido, foi realizada uma pesquisa, descritiva bibliográfica e um estudo de caráter exploratório. O produto final deste processo é um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos sistematizados (GIL, 1991).

Quanto a natureza da pesquisa foi aplicada. Castilho et al. (2014) ressalta que esse tipo de pesquisa está voltada ao desenvolvimento e avaliação de produtos e métodos. Quanto à forma, a pesquisa foi quanti-qualitativa objetivando todas as inter-relações entre as variáveis pesquisadas.

Quanto a técnica de coleta de dados, foram utilizadas observações diretas e entrevistas, com a utilização de um roteiro estruturado. Foi necessário a aplicação de 385 questionários com turistas para obter um intervalo de 95% de confiança, com margem de erro de 5% em torno de uma estimativa da prevalência de 50%.

Para o cálculo da amostra foi considerada uma margem de erro de 5% e um nível de confiança de 95%, onde o  $Z = 1,96$ .

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{\epsilon^2}$$

Onde;

$n$ : tamanho da amostra,  $p$ : proporção esperada,  $Z$ : Valor da distribuição normal para determinado nível de confiança,  $\epsilon$ : tamanho do intervalo de confiança (margem de erro).

Para um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, o  $Z = 1,96$

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{\epsilon^2} = \frac{1,96^2 \cdot 0,5^2 \cdot 0,5^2}{0,05^2} = 384,16$$

Para alcançar os objetivos pretendidos deste trabalho foi necessária a aplicação de 385 questionários com turistas para obter um intervalo de 95% de confiança, com margem

de erro de 5% em torno de uma estimativa da prevalência de 50%. Segundo Gil (1996, p.90), “o questionário constitui o meio mais rápido e barato de obtenção de informações, além de não exigir treinamento de pessoal e garantir o anonimato”. Destaque-se que não apenas rapidez e o baixo custo tornam o questionário uma excelente ferramenta de coleta de dados, mas sua real efetividade, pois é uma ferramenta aplicada em tempo real, ou seja, no momento em que ocorre o contato do turista com o local eleito para sua viagem.

Os dados obtidos foram tabulados no software estatístico SPSS. De posse dos dados coletados foi discutido os principais aspectos delineados pela observação do pesquisador e coordenador do projeto para estabelecer a análise transversal dos elementos estudados.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os destinos turísticos são fortemente afetados pelas novas dinâmicas do mercado, o que reflete num aumento exponencial da competitividade. Desta forma, procuram desenvolver estratégias que lhes permitam estimular a procura turística de forma a assegurar o crescimento e a sustentabilidade da sua atividade. Eles enfrentam a necessidade de ter que repensar a sua estratégia e definir uma nova matriz de orientação que lhes permita reforçar e/ou consolidar o seu posicionamento estratégico e obter novas vantagens competitivas. Para a construção dessa vantagem competitiva é essencial que a organização realize a avaliação do grau de satisfação do cliente.

Para Horner e Swarbrooke (2002) a compreensão do comportamento do consumidor é crucial para a eficácia das atividades mercadológicas realizadas pelas organizações. Ainda segundo os mesmos autores pesquisar sobre comportamento do consumidor é ao mesmo tempo fácil e difícil, pois uma aquisição por parte de um consumidor tem um significado emocional, isto pode ser muito relevante principalmente para a área de turismo.

Analisando o perfil dos turistas da Região, podemos observar que um pouco mais da metade (53%) dos entrevistados são do sexo feminino e, as demais características do perfil dos mesmos podem ser observadas na Figura 1. A faixa etária da maioria (54,6%) está entre 32 e 50 anos (Figura 1a) e, 60,8% dos entrevistados são casados (Figura 1b). Em relação a renda mensal familiar, a maior parte (59,5%) ganham mais que 10 salários mínimos. Quanto ao grau de instrução (Figura 1d), 54,1% têm pós-graduação e 41,8% têm graduação.

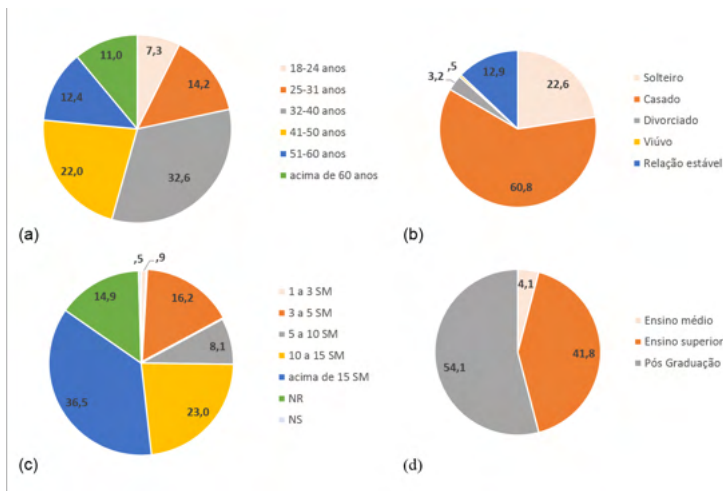


Figura 1: Perfil dos entrevistados: (a) Faixa etária, (b) Estado civil, (c) Renda mensal familiar e (d) Grau de instrução. SM - Salário Mínimo, NR - Nenhumas das Respostas e NS - Não Sei.

Fonte: Pesquisa de campo

A região da Rota Ecológica é rica em belezas naturais, com praias quase desertas, águas claras e mornas e um ambiente costeiro marinho bastante preservado. Por causa da proximidade com as barreiras de coral é possível chegar as piscinas naturais a pé ou de jangadas. Devido à pouca exploração dessas piscinas é possível encontrar ambientes marinhos ricos em biodiversidade e espécies ameaçadas de extinção como o coral de fogo (*Millepora alcicornis*). Nessa região, dentre os serviços turísticos ofertados, destaca-se os hotéis e pousadas a beira mar com estrutura e serviços diferenciados, que proporcionam conforto, tranquilidade e descanso. A gastronomia também é um dos pontos fortes da região, com uma culinária criativa e saborosa. Além desses serviços, o artesanato local, como os móveis e objetos de decoração feitos de coqueiro e jaqueira, as pelúcias de Peixes-boi e o passeio de visitaçao ao peixe-boi marinho (*Trichechus manatus*), também vem dando visibilidade e desenvolvimento para a região.

O passeio de observação do peixe-boi, espécie ameaçada de extinção, é um atrativo-chave da região. Apesar de não ter sido criado pelas pousadas da Rota Ecológica, há uma interação com as mesmas, o projeto é coordenado pelo o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) e conseqüentemente dos passeios de visitaçao. Esses passeios são realizados pela Associação peixe-boi, que tem um trabalho direcionado ao serviço de condução de visitantes e às ações socioambientais para gestão ambiental e compartilhada.

Segundo uma pesquisa feita por Carvalho (2014), as pousadas da Rota Ecológica também afirmam comprar produtos e serviços locais, como frutos do mar, artesanato, passeios de jangada, entre outros. Ou seja, há interações entre as pessoas e os serviços

locais.

Para uma análise geral da região, foi solicitado aos turistas uma avaliação dos serviços, levando em consideração a qualidade das instalações, qualidade dos serviços, preço, acessibilidade, sustentabilidade, dentre outros. Para tanto, deveria ser atribuída uma nota de 0 a 10 para a região da Rota Ecológica Alagoana. Na Figura 2, pode-se notar que 70,8% dos entrevistados atribuíram nota entre 8 e 10. Vale ressaltar que, a Rota Ecológica possui em suas características naturais, seu principal atributo de atratividade.

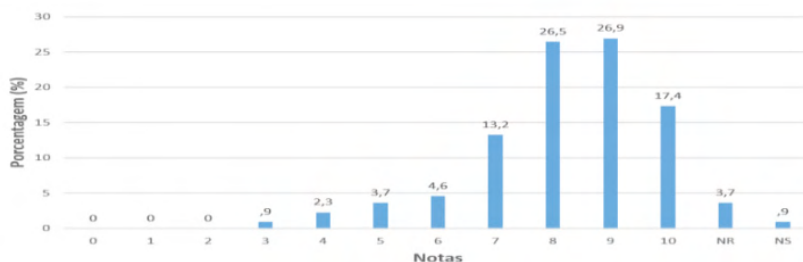


Figura 2: Notas que os entrevistados atribuíram a Rota Ecológica Alagoana.

NR - Nenhuma das Respostas e NS - Não Sei. Fonte: Pesquisa de campo

Em relação as condições das hospedagens, de acordo com os resultados obtidos, as instalações, os serviços e à acessibilidade são bons/ótimos (Figura 3). Mais de 97% dos entrevistados consideraram entre ótimo e bom a qualidade das instalações e dos serviços (Figura 3a e 3b). Quanto a acessibilidade (Figura 3c), 83,5% consideraram entre ótimo e bom. Vale frisar que, apesar dessa região ter se beneficiado com o desenvolvimento do turismo em seus povoados, as melhorias geradas para o turismo nem sempre traz benefícios diretos para a população local. Segundo Camêlo (2016), uma das consequências do turismo na Rota Ecológica é a chegada de loteamentos que tem fechado vários acessos das pessoas à praia, ou seja, os cidadãos estão sendo impedidos de usufruir a determinadas áreas do seu próprio lugar.

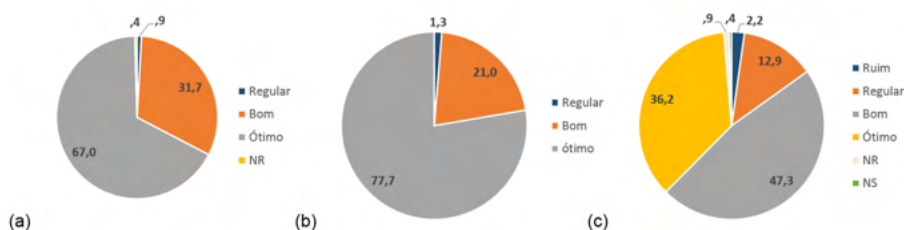


Figura 3: Avaliação das condições das hospedagens: (a) Qualidade das Instalações, (b) Qualidade dos serviços e (c) Acessibilidade. Fonte: Pesquisa de campo

Ainda sobre as condições das hospedagens, 90,6% dos entrevistados consideraram as hospedagens como sendo ótimo/bom em relação a sustentabilidade (Figura 4a), 96% consideraram a alimentação entre ótimo e bom (Figura 4b) e, 82,6% indicaram que os preços foram ótimo/bom (Figura 4c). Vale destacar que, as pousadas da região em sua maioria, buscam valorizar ações ligadas a conceito de sustentabilidade, como compostagem de material orgânico, reciclagem do lixo etc. (CAMÊLO, 2013). Outro fator que influencia na distinção das pousadas locais é a fina gastronomia. Ademais, segundo Ruschmann (1997), o turismo sustentável incrementa ao preço cobrado dos turistas os custos do seu desenvolvimento, favorecendo assim, o turista de elite e impedindo que os turistas de massa tenham acesso a esses espaços.

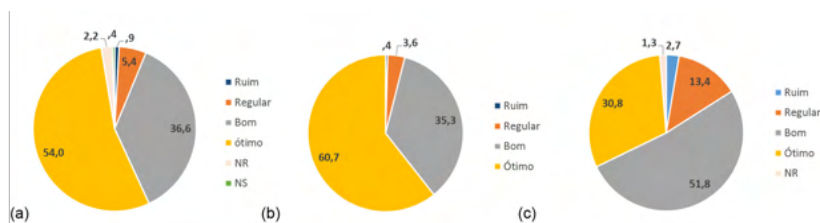


Figura 4: Avaliação das condições das hospedagens: (a) Sustentabilidade, (b) Alimentação e (c) Preço. Fonte: Pesquisa de campo

Diante dos resultados obtidos, fica claro que a maioria dos turistas ficaram satisfeitos com os serviços oferecidos. Em consequência disso, quando perguntados se voltariam a visitar a região da Rota Ecológica, 92,9% dos turistas responderam que sim.

Segundo a Lei nº 7.231, de 7 de janeiro de 2001, a região da Rota Ecológica de Alagoas, abrange uma área especial de interesse turístico, que tem entre seus pressupostos, promover o turismo sustentável, fortalecer a cadeia produtiva do turismo e incentivar práticas sustentáveis pelos empreendimentos turísticos. Portanto, ao avaliarem positivamente a região, os turistas estão contribuindo para a manutenção do atual padrão estabelecido pelo setor turístico local.

## CONCLUSÕES

Este projeto teve como objetivo analisar a percepção dos turistas que frequentam a Rota Ecológica Alagoana. Diante dos resultados obtidos, foi possível constatar que, de forma geral, os serviços de hospitalidade foram bem avaliados, uma vez que, a maioria dos entrevistados consideraram as condições de hospedagens entre ótimo e bom.

Importante destacar que a maioria dos entrevistados possuem alto poder aquisitivo, formando um perfil diferenciado dos turistas que compõem o turismo em outras regiões do Estado. Apesar das limitações com relação a obtenção de informações, este estudo

estimula a realização de estudos que busquem analisar a percepção do turista de uma forma socioambiental.

## REFERÊNCIAS

ABREU, H. J. L. F. M. et al. **Percepção dos serviços prestados: uma pesquisa sobre os serviços de hospitalidade em Alagoas**. XXX Encontro nacional de engenharia de produção. São Carlos, 2010. Disponível em: [http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010\\_TN\\_STP\\_125\\_809\\_16695.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010_TN_STP_125_809_16695.pdf). Acesso em janeiro de 2016.

BOEING, R. **Formalização do planejamento estratégico no setor hoteleiro: um estudo nos meios de hospedagem conveniados junto ao Costa Esmeralda Convention & Visitors Bureau**. In: V Encontro de Estudos em Estratégia - 3E's, 2011, Porto Alegre. Anais, p. 1-17, 2011.

CAMÊLO, A. R. S. **Gestão institucional do turismo no polo costa dos corais nos municípios de Passo de Camaragibe, São Miguel dos Milagres e Porto de Pedras – Alagoas**. Monografia (Bacharelado de Geografia). Universidade Federal de Alagoas, Maceió-AL, 2013.

CAMÊLO, A. R. S. **Percepção das comunidades locais sobre a turistificação da Rota Ecológica em Alagoas**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). Universidade Federal de Alagoas, Maceió-AL, 2016.

CARVALHO, R. K. A. **Pousadas de charme como uma alternativa para o turismo sustentável em São Miguel dos Milagres AL**. Monografia (Bacharelado em Geografia). Universidade Federal de Alagoas, Maceió-AL, 2014.

CASTILHO, A. P.; BORGES, N. R. M.; PEREIRA, V. T. **Manual de metodologia científica**. ILES. 2 ed. –Itumbiara/GO – ULBRA. 2014. Disponível em: <http://www.ulbraitumbiara.com.br/manumeto.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2015.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991. 207 p.

HORNER, S.; SWARBROOKE, J. O comportamento do consumidor no turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

IGNARRA, L.R. **Fundamentos do turismo**. 2 ed. São Paulo: Pioneira, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Feira de turismo do Nordeste terá apoio do MTur**. 2016. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/component/content/article.html?id=5902>. Acesso em janeiro de 2016.

OLSEN, M. D.; SHARMA, A.; ECHEVESTE, I.; CHING-YICK TSE, E. Strategy for Hospitality Businesses in the Developing World. **Hospitality Review**, v. 26, p. 32-46, 2008.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Guia de desenvolvimento do turismo sustentável. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PHILIPS, P.; MOUTINHO L. Measuring strategic planning effectiveness in hotels. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 11, p. 349-358, 1999.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. 10 ed. Campinas: Papyrus, 1997.



SECRETARIA DE TURISMO DE ALAGOAS - SETUR. **Anuário Estatístico do Estado de Alagoas**. Ano 20, n. 20. Maceió: Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico, 2014. Disponível em < <http://dados.al.gov.br/dataset/anuario-estatistico-do-estado-de-alagoas>> acesso em 09 de junho de 2015.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 4. Ed. São Paulo, Atlas, 2003.