

ANÁLISE DOS PROCEDIMENTOS DE RESERVAS UTILIZADOS NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM DA PRAIA DO ROSA.

Lucas Sacks¹, Telma Amorim², Tiago Savi Mondo³

¹Instituto Federal de Santa Catarina – Técnico em Hospedagem –
lucasrosa_15@gmail.com

² IFSC / Mestre em Linguística / Professora Câmpus Garopaba / tamorim@ifsc.edu.br

³ IFSC/ Mestre em Administração / Professor Câmpus Garopaba /
tiago.mondo@ifsc.edu.br

Resumo: *A maneira com a qual um meio de hospedagem se posta ao mercado define e proporciona diferenciais competitivos de posicionamento e diferenciação. Os procedimentos de reservas se tornam então um mecanismo comercial com significância para o diferencial de mercado. Assim, o objetivo deste artigo é analisar os procedimentos de reservas utilizados nos meios de hospedagem da Praia do Rosa, em Imbituba-SC. Para tanto, realizou-se uma pesquisa quantitativa, descritiva e de campo. Dividida em três fases: pesquisa por entrevista, pesquisa em sites e pesquisa por email. Os principais resultados demonstram que os meios de hospedagem pesquisados necessitam melhorar seus procedimentos de reservas, principalmente no que tange às informações disponibilizadas em seus sites e às respostas de emails. Uma adequação dos procedimentos é necessária para a criação de diferencial competitivo.*

Palavras-Chave: *Turismo; Hotelaria; Setor de Reservas; Praia do Rosa*

1 INTRODUÇÃO

Nos países de economia em franco desenvolvimento, o número de pessoas que usufrui, pelo menos uma vez ao ano de férias e faz turismo, cresce acentuadamente. Viajar, dentro ou fora do país, é cada vez mais, considerado no planejamento financeiro familiar, tornando-se um gasto comum e m boa parte das famílias. A promoção econômico-social, as progressivas exigências da sociedade de competição e a oferta sempre mais aliciante no campo do turismo combinam-se para o contínuo crescimento deste fenômeno (CAVALCANTE, DIAS, 2001).

O turismo em Santa Catarina é destaque econômico e os investimentos são crescentes. O foco deste trabalho é o município de Imbituba, que é uma cidade litorânea situada no estado de Santa Catarina.

Nos últimos anos, a mesma vem sendo visitada por turistas gaúchos, argentinos e uruguaios. Gradativamente o turismo foi tornando-se a principal e mais rentável fonte econômica da região, a qual foi ganhando fama nacional e internacional, principalmente, pelos turistas gaúchos e argentinos, o que catalisou o processo de concentração turística. O ápice da atividade turística ocorre nos períodos de alta temporada, no Réveillon, Carnaval e Páscoa (BRUSIUS, 2010). Porém durante a baixa temporada a comunidade está criando alguns eventos esportivos para trazer os turistas e diminuir a sazonalidade, que é um grande problema para região.

Nesta cidade, a Praia do Rosa se destaca no turismo, está entre as 30 baías mais belas do mundo e é um lugar muito procurado pelos turistas, oferecendo vários tipos

de atividades para seus visitantes, como: cavalgada, observação da baleia franca e surf. Oferece também várias opções para se hospedar, com meios de hospedagem de todos os padrões.

Esta pesquisa está focada nos mecanismos de realização de reservas em meios de hospedagem. Existem inúmeras formas de se fazer reservas nos meios de hospedagem, podendo ser através de: Telefone, e-mail, fax e internet. Por telefone é umas das formas mais usadas, pois, o cliente entra em contato direto com o setor de reservas do estabelecimento e possui uma resposta imediata, porém por e-mail a maioria dos estabelecimentos solicitam o contato para deixar formalizado o pedido. Hoje em dia também alguns meios de hospedagem possuem as reservas online pela internet, o cliente pode ter todas as informações do meio de hospedagem e efetuar uma reserva a qualquer hora em qualquer lugar. Com o fax é bastante usado, pois devido à sua rapidez, eficácia e segurança (CASTELI, 2000).

A partir do contexto do setor de reservas elaborou-se a pergunta de pesquisa: *Quais são os procedimentos de reservas utilizados pelos meios de hospedagem da Praia do Rosa em SC?*

Para responder a pergunta de pesquisa elaborou-se o objetivo do estudo que é identificar os procedimentos das reservas efetuadas, verificar os meios de comunicações utilizados e descrever o perfil das reservas.

2 METODOLOGIA

Esta pesquisa é caracterizada como aplicada, quantitativa, de campo (MALHOTRA, 2002) e com utilização de questionários e coletas na internet (sites e emails dos meios de hospedagem) para verificar os procedimentos de reservas.

Na coleta de dados, realizada em Maio de 2013, a primeira etapa objetivou entrevistar operadores de reservas de meios de hospedagem da região. A amostra foi classificada como não probabilística, pois totalizou 5 MH. O questionário foi construído com base no sistema de reservas de meios de hospedagem, abordando questões como procedimentos operacionais, sistemas e meios de comunicação com o cliente.

Na segunda etapa, o objetivo foi verificar os sites de 20 pousadas da Praia do Rosa, buscando verificar os tópicos relativos à reservas online e pagamento online que poderiam existir nestes sites.

Por último, enviaram-se emails para os mesmos 20 meios de hospedagem solicitando uma reserva para saber os procedimentos utilizados.

Após o recebimento dos emails, a análise dos sites e das entrevistas os dados foram cruzados e analisados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

1 - Análise dos sites

De acordo com O'Connor (2001), no turismo, a informação tem relevância reconhecida, podendo a internet ser utilizada em benefício da empresa e do cliente. Assim, disponibilizar informações corretas, relevantes e de forma dinâmica é fundamental para auxiliar os viajantes e empresas a realizarem escolhas apropriadas, pois dificilmente é possível realizar um pré-teste do produto ou receber o dinheiro de volta caso as expectativas não sejam, no mínimo, atendidas.

Segundo Rita (2001), os aspectos mais importantes de um website são: ser visualmente atraente, providenciar informação correta e atualizada, ser interativo, possibilitar linhas de chat e estimular os comentários do consumidor, possibilitar as reservas on-line, desenvolver a promoção on-line para conquistar o cliente, oferecer um número gratuito para contato e capturar dados para conduzir o marketing de relacionamento via internet.

Se um site de um destino é percebido como útil, pode influenciar o viajante para visitar o destino. Encontrar informações úteis pode ser os objetivos da pesquisa dos turistas na internet, que querem encontrar sites que satisfaçam suas necessidades de conhecimento do produto turístico. (KAPPLANIDOU, VOGT, 2006)

A reserva online é o mecanismo mais utilizado no que diz respeito a essa dimensão. Segundo Liu (2005) em um curto prazo, além das reservas online, a confirmação e o pagamento destas poderá ser feito. Atualmente, muitos hotéis já utilizam a venda total de seus produtos e serviços através da internet.

Através da pesquisa verificou-se que 100% dos sites visitados não possuem o espaço de reserva online. Todos os 20 sites visitados possuem o espaço para fazer a reserva, uma página com um formulário para ser preenchido com todas as informações da reserva, para o cliente enviar e receber uma cotação de valores

2 - E-mail

Foram enviados 20 emails para os meios de hospedagem escolhidos. O índice de resposta foi de 90% (18 respondentes). Infere-se que o conteúdo de um email

comercial deve possuir uma saudação inicial e final, o tarifário, os serviços oferecidos, informações técnicas, política de cancelamento, e ficha técnica do hotel.

A partir das respostas identificou-se que 50% dos meios de hospedagem enviaram no e-mail saudação inicial. A saudação inicial adequada é importante, pois, pode revelar o nível de profissionalismo do meio de hospedagem e dar o tom do resto da mensagem.

Com relação ao tarifário, 50% dos meios de hospedagem o enviaram no e-mail com os valores para o período desejado. De acordo com Mondo et. AL. (2010) a disponibilização das tarifas ao hóspede é importante por deixar o mesmo ciente da tarifa que é cobrada.

Verifica-se que existe falta de preparo para o atendimento ao cliente. Pois após o envio do primeiro email, o cliente já deveria receber a resposta com a tarifa. Em 50% dos casos, tal fato não ocorreu, forçando o cliente a enviar um segundo email solicitando a tarifa, infere-se que tal fato é um incentivador ao cliente desistir da reserva.

Com relação a informações gerais, 60% dos meios de hospedagem as enviaram no corpo do e-mail como: informações gerais, ficha técnica do estabelecimento e política de cancelamento.

Conter todas as informações no e-mail é importante para evitar novos e-mails com dúvidas do cliente. Deixando o mesmo satisfeito com o atendimento.

Os anexos são importantes para aumentar o conteúdo de informações prestadas ao hóspede, onde 30% dos meios de hospedagem enviaram informações em anexo. Os conteúdos foram: Contatos e redes sociais; vídeo de apresentação; fotos.

A saudação final é importante, pois compõe os itens de um e-mail comercial, além de terminar o mesmo formalmente e educadamente, em 25% dos meios de hospedagem houve envio de saudação final.

A ligação do email com o site do hotel também foi pesquisada. Verificou-se que 30% dos meios de hospedagem apresentam o site no e-mail. Enviar o site no e-mail é importante para ajudar o cliente a tirar suas dúvidas a quanto todas as informações do seu meio de hospedagem, e aumentar o índice de visita na sua página na web.

O número do telefone é fundamental estar no e-mail , pois, caso o cliente necessita ligar para o estabelecimento, basta olhar no e-mail e terá essa informação, hoje em dia com os celulares, tablets enviando e recebendo e-mails é uma forma de comunicação. 40% dos meios de hospedagem colocam seus telefones para contato no final do e-mail.

Analisa-se que alguns meios de hospedagem da Praia do Rosa estão deixando a desejar no atendimento virtual. Em alguns e-mails enviados falta informações, como: tarifário, ficha técnica e falta de informalidade, além da demora para serem respondidos. Diversos sites visitados estão incompletos, somente com informações básicas. Por outro lado, há e-mails contendo todas as informações desejadas e com retorno rápido na resposta.

3 - Entrevista

De acordo com a pesquisa as reservas são efetuadas nos cinco meios de hospedagem através do e-mail, o contato pode chegar por telefone, porém todos os clientes são solicitados para enviar o e-mail solicitando a reserva, pois, fica documentado caso aconteça algum problema ou erro de alguma das partes.

Para confirmar a reserva todos os 5 meios de hospedagem pesquisados solicitam o pagamento de 50% do valor total da reserva, 3 meios aceitam somente depósito bancário para o pagamento e os outros 2 aceitam cartão de crédito e depósito.

Os procedimentos de cancelamento das reservas nos meios de hospedagem são das seguintes maneiras: Em caso o cancelamento seja efetuado até 30 dias antes da data de check-in 03 pousadas devolvem o valor total da reserva pago pelo cliente, 02 pousadas devolvem o valor total em créditos para uma futura hospedagem. Se o cancelamento for efetuado com 07 dias antes da data do check-in 04 pousadas retêm o valor pago. Uma pousada devolve 50% do valor pago em forma de crédito para uma futura hospedagem. Verifica-se aqui que nenhuma das cinco pousadas entrevistadas segue a deliberação normativa da EMBRATUR com relação ao cancelamento de reservas.

Todos os meios de hospedagem entrevistados possuem ficha técnica, a mesma é um documento com todas as informações do meio de hospedagem, infraestrutura, serviços, tarifário.

Três meios de hospedagem possuem o POP (procedimento operacional padrão) e 2 meios não possuem. O POP é utilizado para facilitar o treinamento de novos funcionários e a padronizar o sistema de reservas.

O sistema informatizado chamado Hmax está presente em 02 pousadas pesquisadas. Os outros meios de hospedagem possuem somente o programa Excel para

seus mapas de ocupação. O sistema informatizado é muito importante para os meios de hospedagem, facilita o sistema de gerenciamento, com relatórios e informações precisas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com as visitas nos meios de hospedagem foi possível observar que os procedimentos de reservas são parecidos, diferenciam - se de algumas maneiras como forma de pagamento, sistema informatizado utilizado e política de cancelamento.

Alguns estabelecimentos visitados possuem o POP (procedimento operacional padrão), todas as informações de como se fazer a reserva são contidas em uma pasta, facilitando um padrão de atendimento e o aprendizado de novos funcionários.

Todos os meios trabalham com a forma de confirmação de reserva via e-mail, isso diminui a margem de erros nas reservas.

Um ponto fraco é que alguns meios de hospedagem não seguem as normas de cancelamento de reservas da EMBRATUR, sendo assim, o valor pago da reserva não é devolvido caso haja cancelamento com 15 dias de antecedência da data do check-in da reserva, como descreve na Deliberação Normativa n 161/95 da Embratur.

REFERÊNCIAS

- BRUSIUS, C.K. A influência do turismo na expansão da construção civil no município de Garopaba. **Monografia de Graduação**. Centro de Ciências Sociais e Economicas. Graduação em Ciências Economicas. Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.
- CASTELLI, Geraldo. (2001) **Administração Hoteleira**. 8 ed. Caixias do Sul: EDUCS.
- CAVALCANTE, L.E. DIAS, E.L. O mercado de informação no setor turístico brasileiro. **Inf. Londrina**. v.6, n.2, 121-129, jul-dez, 2001.
- KAPLANIDOU, K. VOGT, C, A structural analysis of destination travel intentions as a function of web site features. **Journal of Travel Research**. v. 45, 204-216, nov, 2006.
- LIU, Si-qing. A theoretic discussion of tourism e-commerce. **Annals of ICEC'05** – International Conference on ECommerce, Xi'an, 2005.
- MALHOTRA, N. K. **Introdução à Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Prentice Halll do Brasil. 2005.
- MONDO, Tiago Savi COSTA, Jane lara Pereira da; SANTOS, Fabio dos;. Os websites vistos da perspectiva do cliente: um estudo na hotelaria. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, n. 4, p. 03 a 05, 2011.

O'CONNOR, P. **Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria**. Porto Alegre, Bookman, 2001.

RITA, P. A importância do Turismo online. **Revista Portuguesa de Gestão**. 20-28, abr-jun, 2001.