

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
SINDICATO DA HOTELARIA E GASTRONOMIA DE PORTO ALEGRE
SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

**PESQUISA DE PERCEÇÃO DE QUALIDADE DOS SERVIÇOS E PERFIL DO
HÓSPEDE NA HOTELARIA DE PORTO ALEGRE**

Porto Alegre

19 de dezembro de 2014

RESUMO GERENCIAL

A pesquisa foi realizada por meio de uma parceria entre a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Sindicato da Hotelaria e Gastronomia de Porto Alegre (SINDPOA) e Secretaria Estadual de Turismo do Rio Grande do Sul (SETUR). O objetivo do trabalho foi identificar a percepção da qualidade dos serviços oferecidos pela rede hoteleira de Porto Alegre, assim como traçar um perfil dos hóspedes. As hipóteses consistiam em verificar se a rede hoteleira de Porto Alegre atende às necessidades e às expectativas dos usuários; se os serviços oferecidos pela rede hoteleira são percebidos como de qualidade; e se a rede hoteleira atende às expectativas dos hóspedes. Para tanto, foi realizado um levantamento amostral através da técnica de Amostragem por Conglomerados, cuja meta seria entrevistar 742 pessoas em 38 hotéis. O questionário foi elaborado a partir de levantamento bibliográfico das técnicas estatísticas aplicadas ao turismo, por meio da qual foi utilizada a técnica do *GAP*, a qual consiste, sumariamente, em comparar a expectativa do usuário em relação a sua satisfação. O SINDPOA contatou os hotéis selecionados para autorizar a pesquisa, e as entrevistas com os hóspedes dos hotéis selecionados ocorreu durante os dias 01 de novembro de 2014 até 15 de novembro de 2014. Alguns hotéis selecionados não permitiram a realização da coleta de dados, dificultando, portanto, o trabalho e comprometendo os resultados. Ao final, foram realizadas 423 entrevistas em 23 hotéis. Como consequência, a amostra caracterizou-se como não probabilística, ou seja, os resultados não devem ser extrapolados para todo o setor hoteleiro de Porto Alegre, podendo apenas ser representativo dos hotéis estudados. Durante a aplicação do questionário, verificou-se uma falta de entendimento dos entrevistados em relação à diferença entre expectativa e satisfação, de maneira que a técnica do *GAP* planejada inicialmente foi descartada e a análise de dados foi realizada apenas com as variáveis que mensuravam a satisfação. Para a construção das análises, foram utilizadas quatro blocos de análises: Análise Descritiva, Análise de Correspondência, Análise Fatorial e Análise de Regressão Linear Múltipla. A partir análises descritivas, foram verificadas medidas de tendência central, variabilidade e construção de gráficos. Essas análises forneceram dados que colaboraram para traçar o perfil do usuário, fornecendo informações como: que 54% dos hóspedes ficam hospedados de 1 a 3 dias; que 79% têm idade entre 25 a 59 anos; e que 67% vieram a Porto Alegre por motivo de trabalho. A segunda técnica utilizada foi a Análise de Correspondência para o cruzamento das informações entre perfil e satisfação. Como resultados, verificaram-se diferenças entre os perfis conforme a idade e motivo de visita. A

terceira técnica, Análise Fatorial, foi utilizada para reduzir o conjunto de variáveis em um número menor de fatores, os quais consideram a correlação das respostas obtidas. Como resultados, verificou-se que as questões relacionadas às unidades habitacionais possuem correlação alta com a satisfação geral. A quarta técnica utilizada, Análise de Regressão Múltipla, estabeleceu a relação linear existente entre a média geral de satisfação e as médias para os aspectos externos, atendimento, quarto, infraestrutura, alimentação e preço. Como resultados, verificou-se que aspectos relacionados às unidades habitacionais são os que mais implicam aumento na satisfação geral média. Ao final, foram apresentadas as conclusões acerca do perfil e da satisfação. Sobre o perfil, não existe predominância de sexo, que a idade entre 25 e 59 anos foi a mais observada, e cuja principal motivação para hospedagem é trabalho e por fim, a estadia com maior frequência é de 1 a 3 dias. Com relação à satisfação, aspectos relacionados à unidade habitacional, aspectos externos do hotel e alimentação mostraram-se os que possuem maior relação linear com a média geral de satisfação.

PALAVRAS-CHAVE: Perfil hóspede hotelaria, Satisfação hóspede hotelaria, hotelaria de Porto Alegre, Análise Fatorial, Análise de Correspondência, Regressão Linear Múltipla.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	5
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	7
ANÁLISE DESCRITIVA	8
ANÁLISE DE CORRESPONDÊNCIA - Análise do Perfil.....	19
ANÁLISE FATORIAL – Avaliação da Satisfação.....	24
REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA – Modelo de Satisfação	25
CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERÊNCIAS	30
APÊNDICES	31

INTRODUÇÃO

O turismo na capital do Rio Grande do Sul recentemente vem ganhando espaço na economia do Estado. Porto Alegre é um grande centro urbano estrategicamente localizado, equidistante tanto de Buenos Aires e Montevideú, quanto de São Paulo e Rio de Janeiro. A cidade ostenta mais de 80 títulos que a distingue como uma das melhores capitais brasileiras para morar, trabalhar, fazer negócios, estudar e se divertir.

De acordo com a edição de 2013 do Boletim Estatístico Municipal do Turismo em Porto Alegre, a arrecadação de tributos municipais do turismo no ano de 2013 foi de pouco mais de 27,39 milhões de reais, representando 21,4% maior que o recolhido em 2012, sendo que 57,9% do valor absoluto refere-se ao arrecadado no segmento de hospedagem. Além disso, a taxa média anual de ocupação hoteleira em 2013 foi de 53,04% - destaque especial para o mês de outubro que obteve a maior ocupação média dos últimos 3 anos, com 67,52% dos apartamentos ocupados (BEMTUR, 2013).

Com tal crescimento, é necessário buscar uma forma de conhecer como o turista, usuário de meio de hospedagem, está percebendo o mercado. Avaliar sua satisfação é uma delas. Para Kozak e Rimmington (2000) a satisfação do turista é essencial para o sucesso do mercado de destino, tendo ele vindo a negócios ou a passeio, pois influencia na escolha do destino, do hotel, no consumo de produtos e serviços e na decisão de retornar.

A demanda pela mensuração da percepção e do nível de satisfação de clientes dos serviços oferecidos pelos hotéis no Brasil vem crescendo significativamente nos últimos anos. No entanto, poucos são os autores que fazem uso de técnicas robustas e apropriadas de análise, a fim de enriquecer as conclusões e adequá-las aos objetivos. Para isso, a compreensão dos propósitos da pesquisa é de extrema importância para o bom andamento das etapas do estudo.

O primeiro desafio começa pela abstrata definição de percepção na atividade hoteleira. Segundo Solomon (1999), a percepção de um cliente é afetada por estímulos externos e respostas individuais dos consumidores em relação às suas necessidades, preferências, motivações, expectativas, status social, etc. Em função disso, a definição deste constructo depende, principalmente, dos objetivos da pesquisa e sobre os quais se deseja concluir.

Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) definem que a percepção de um serviço é o resultado da comparação entre a expectativa antes da experiência do serviço e sua percepção após utilizar o serviço. Ou seja, pode ser entendida como o *gap* entre a expectativa do cliente e o atual serviço oferecido pelo hotel - *performance*. Além disso, outros autores sugerem a utilização de uma escala da importância de cada item a ser avaliado pelo o hóspede, a fim de ponderar serviços que são considerados mais decisivos na escolha de um hotel e auxiliar na definição do perfil do cliente.

Dada a importância do setor de serviços na economia mundial, conforme Campos e Marodi (2012) e o destaque do setor hoteleiro na cidade de Porto Alegre para a economia da capital, surge a necessidade de pesquisar as características dos hóspedes neste setor. Frente a estas colocações os objetivos da pesquisa consistem em identificar a percepção dos usuários da rede hoteleira de Porto Alegre; e estabelecer o perfil dos hóspedes da rede hoteleira de Porto Alegre.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com vistas a alcançar os objetivos anteriormente propostos a Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul, em conjunto com o Sindicato Hoteleiro e de Gastronomia de Porto Alegre, verificaram a necessidade de realizar uma pesquisa para mensurar a percepção dos hóspedes em relação aos serviços oferecidos pela rede hoteleira na cidade de Porto Alegre, sendo que para sua concretização estruturou-se uma parceria com a equipe da disciplina de Pesquisa e Análise de Mercado do curso de bacharelado em estatística da UFRGS, tendo o auxílio à equipe da disciplina de Amostragem II do referido curso.

A pesquisa realizada é descritiva, pois se destina a descrever as características de determinado mercado. Além disto, é de cunho exploratório, uma vez que provê ao pesquisador um maior conhecimento sobre a situação de pesquisa, que neste caso consiste em avaliar a percepção dos hóspedes e busca traçar o seu perfil. Complementarmente, tem-se uma pesquisa quantitativa, pois se trata da aplicação do um questionário estruturado, questionário este composto por três blocos: (i) questões referentes às características dos respondentes (ii) e (iii) aspectos relacionados à qualidade do hotel. Para coletar os dados necessários com o referido questionário, que se encontra no apêndice A, foram realizadas entrevistas pessoais na recepção dos hotéis selecionados.

Para a seleção dos hotéis, foi utilizada a amostragem por conglomerados em duas etapas, sendo a primeira a seleção dos hotéis e a etapa de pesquisa com os hóspedes. O tamanho de amostral estabelecido para pesquisar foi 38 hotéis entrevistando 742 hóspedes. É importante salientar, que a utilização deste tipo de amostragem tem por objetivo extrapolar os resultados para toda a população alvo. A listagem dos 38 hotéis selecionados na amostra encontra-se no apêndice B.

Cabe ressaltar que, não foi possível atingir a amostra pré-estabelecida por restrições dos hotéis, foram obtidas 423 entrevistas em 23 hotéis, pois alguns hotéis não permitiram a realização da abordagem dos hóspedes. Assim, os resultados apresentados na sequência ficaram comprometidos e são válidos apenas para os hotéis que participaram da pesquisa. A listagem com estes 23 hotéis também se encontra no apêndice B. Além disto, por dificuldade de compreensão por parte dos entrevistados, não foi possível utilizar técnica

GAP. Isto é, quando questionados, não sabiam expressar da maneira esperada a expectativa. Assim, foi analisada apenas a satisfação.

Para realizar as análises da amostra obtida, foram utilizados quatro conjunto de técnicas estatísticas. O primeiro conjunto consiste de análises descritivas, que incluem gráficos e tabelas de frequência. Após foi realizada uma análise multivariada, conhecida por análise de correspondência, como forma de traçar o perfil dos hóspedes e na sequencia, buscando avaliar a satisfação dos hóspedes com relação aos hotéis, foi utilizada a técnica multivariada, conhecida como análise fatorial. O quarto conjunto aplicou a técnica de análise de regressão, onde se estabeleceu um modelo matemático em que a satisfação dos hóspedes é descrita por outras perguntas contidas no questionário. Para realizar estas análises estatísticas foi utilizada a planilha Excel e os softwares SPSS e R.

ANÁLISE DESCRITIVA

A estatística descritiva é a etapa inicial da análise utilizada para descrever e resumir os dados. Através do uso de tabelas e de gráficos serão apresentadas algumas medidas utilizadas com frequência para descrever um conjunto de dados. Inicialmente os 423 entrevistados foram divididos em dois tipos com relação ao Meio de Hospedagem: Hotel, onde foram entrevistados 412 hóspedes, o que corresponde a 97% dos entrevistados, e Flat, que representa os 3%, perfazendo 11 entrevistados A Figura 1 apresenta estes resultados.

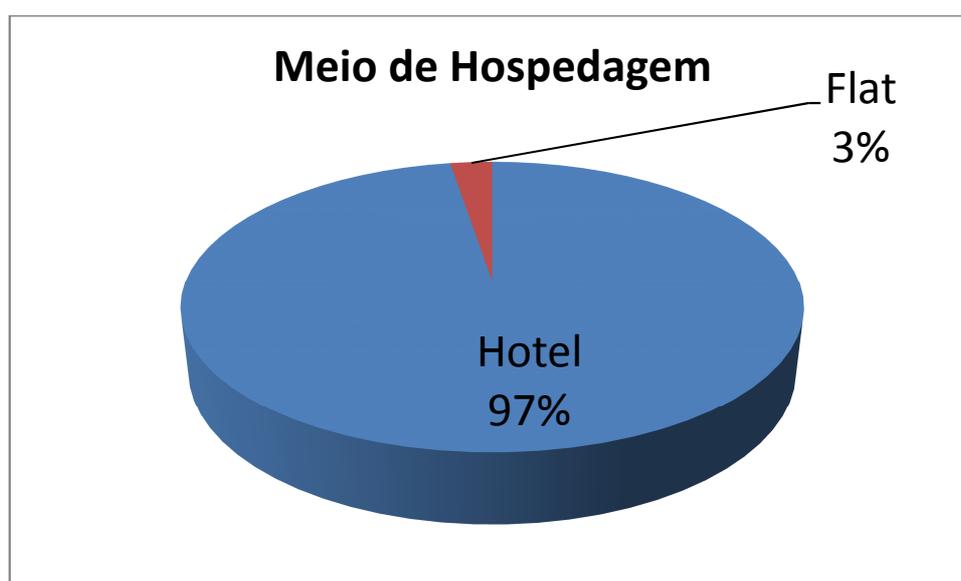


Figura 1 - Percentual dos meios de hospedagem.

Com objetivo de traçar o perfil dos hóspedes de Porto Alegre, o primeiro questionamento do instrumento de pesquisa foi sobre o Sexo, Na tabela 1 observa-se que os homens representam a maioria com percentual igual a 58,70% dos 421 respondentes para esta questão e 41,30% são mulheres.

Tabela 1: Frequência e percentual para a variável sexo

Sexo	Frequência	Percentual
Masculino	247	58,7%
Feminino	174	41,3%
Total	421	100%

Já para a questão relacionada à idade foram criadas quatro faixas etárias: 18 a 24 anos (9%), 25 a 39 anos (39%), 40 a 59 anos (39%) e 60 anos ou mais (11%). Dos 423 entrevistados 2% não responderam. Na figura 2 é apresentado o histograma das idades, de onde se percebe que a grande quantidade de respondentes encontra-se para as faixas centrais.

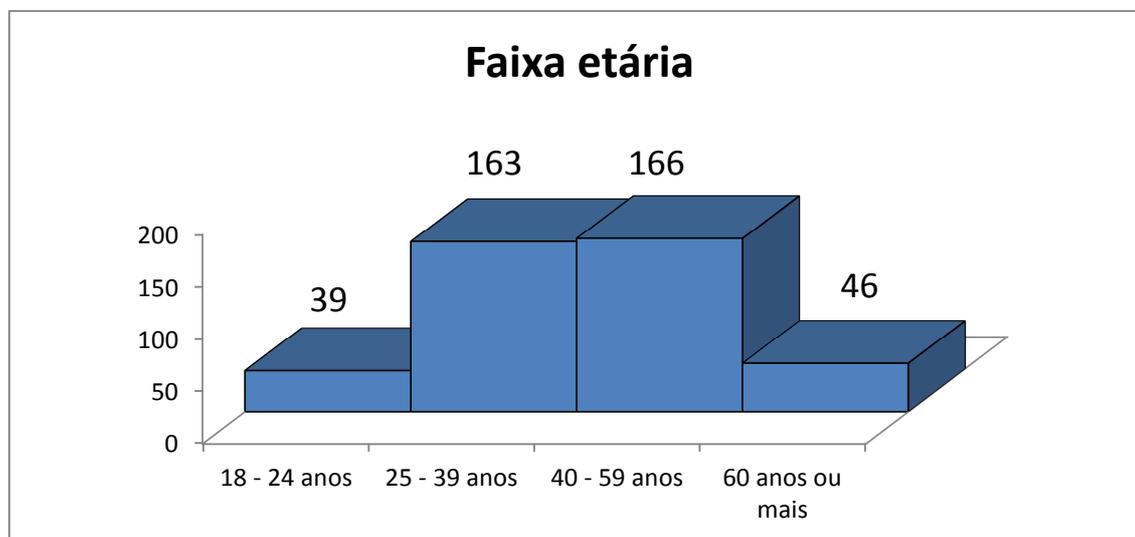


Figura 2 – Histograma das idades.

Na figura 3 observa-se o estado civil dos 423 entrevistados, sendo que 56% são casados, 32% são solteiros, 6% são divorciados/ separados, 4% encontram-se em união estável e 1% são viúvos. Além disto, tem-se 1% que não declarou seu estado civil.

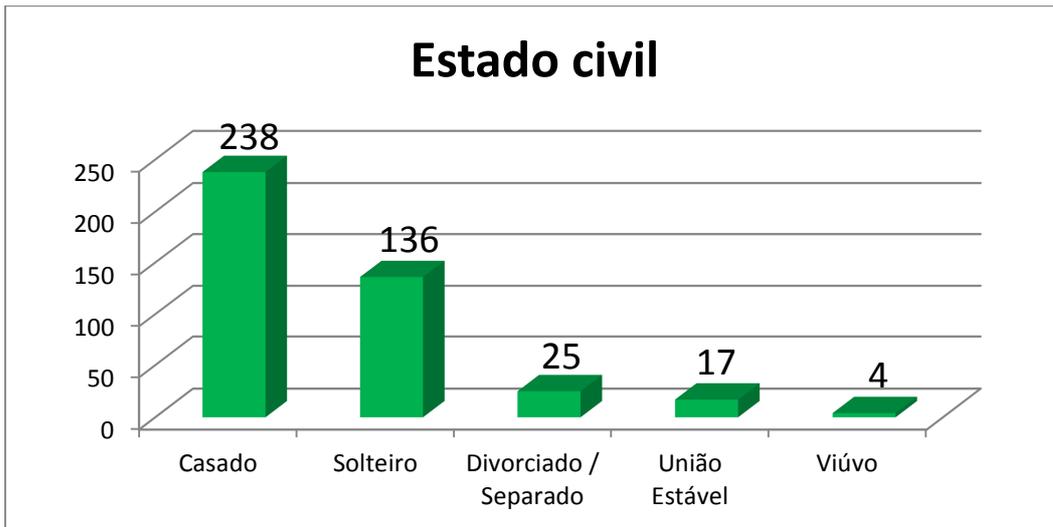


Figura 3 – Gráfico de barras para a idade.

Quando questionados sobre o estado de origem, dos 396 entrevistados que se deslocaram no Brasil, 145 responderam ser de municípios do estado do Rio Grande do Sul e da capital gaúcha. O segundo local de partida é o estado de São Paulo com 76 respondentes, seguido do estado do Paraná com 33 e na sequenciam RJ, SC, MG, DF e PE com 25, 24, 18, 16 e 11 respectivamente e 48 respondentes são provenientes dos demais estados do Brasil. A figura 4 apresenta o mapa do Brasil com os percentuais correspondentes ao ponto de partida.

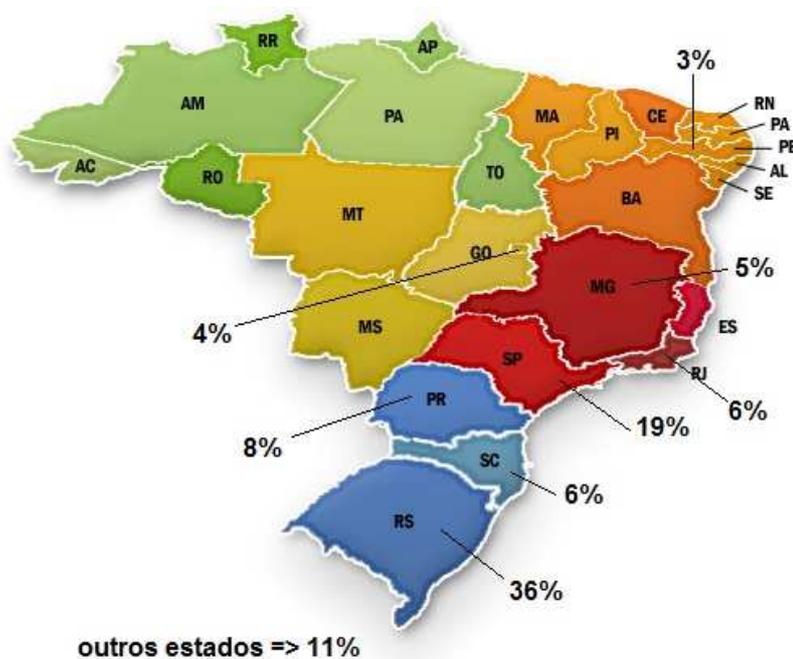


Figura 4 - Mapa do Brasil com os percentuais relativos ao ponto de partida

Para os 23 hóspedes que vieram de outros países, o que corresponde a 5% dos 423 hóspedes entrevistados, as quantidades observadas encontram-se na figura 5, e observa-se que foram dez países que foram os pontos de partida.

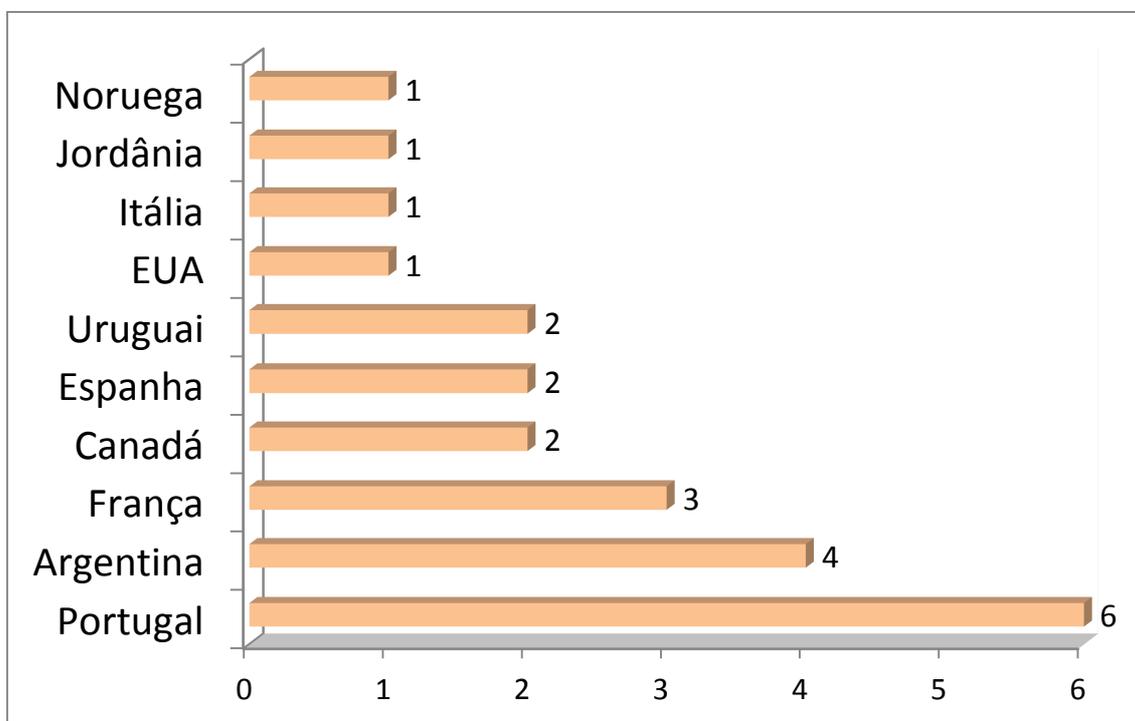


Figura 5 – Países de onde vieram os hóspedes, que não o Brasil

Dos 423 entrevistados 341 (81%) não era sua primeira permanência em Porto Alegre, conforme a tabela 2 e desses 40% vem seguidamente, conforme pode ser observado na tabela 3.

Tabela 2 – Frequência para a questão se é a primeira vez que vem a Porto Alegre

Primeira vez em POA	Frequência	Percentual
Sim	78	18%
Não	341	81%
Não resposta	4	1%
Total	423	100%

Tabela 3 - Frequência que vem a Porto Alegre

Vem a POA	Frequência	Percentual
Seguidamente	129	38%
Pouco	91	27%
Eventual	46	13%
Raramente	39	11%
Morador	6	2%
Não resposta	30	9%
Total	341	100%

Dos 415 entrevistados que responderam sobre as profissões, estes foram classificados em oito categorias: Serviço (25%), Comércio (17%), Educação (15%), Saúde (13%), Outro (11%), Público (10%), Indústria (5%), Aposentado (2%). Na figura 6 encontram-se as frequências observadas para os respondentes desta questão.

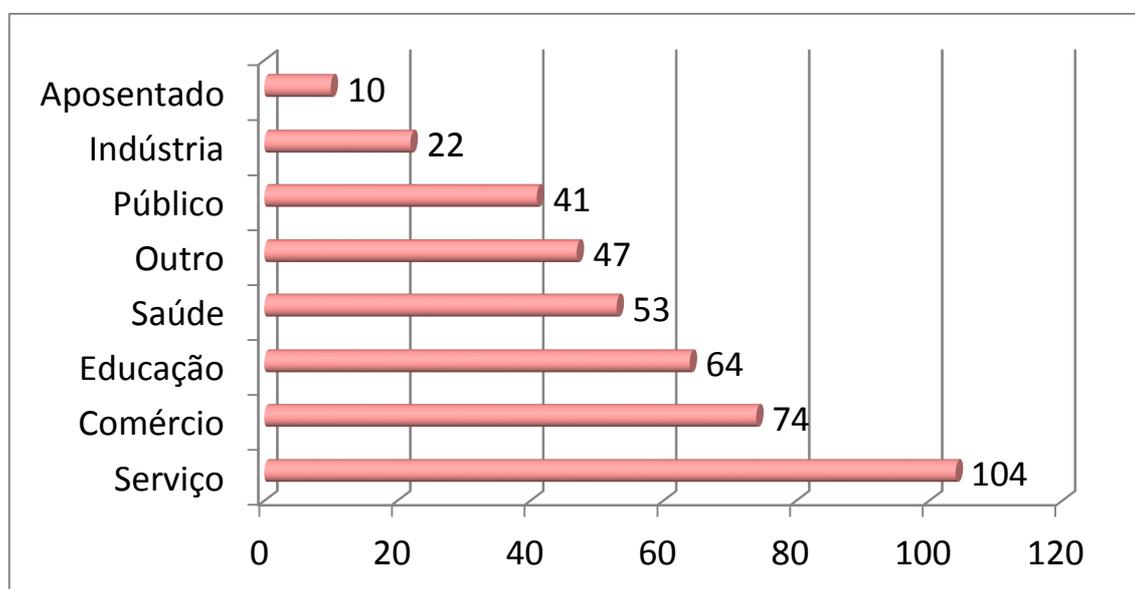


Figura 6: Frequência de áreas de atuação

Com relação à renda individual, esta foi dividida em 5 categorias e apresentou o percentual mais alto de respondentes na categoria acima de R\$ 7.240,00, ou seja, acima de 10 salários mínimos. Na tabela 4 e na figura 7 é possível ver a distribuição da renda para os entrevistados desta pesquisa.

Tabela 4 - Frequência da renda

Renda	Frequência	Percentual
Até R\$ 2.172,00	79	19%
De R\$ 2.172,01 até R\$ 4.344,00	70	17%
De R\$ 4.344,01 até R\$ 5.792,00	52	12%
De R\$ 5.792,01 até R\$ 7.240,00	64	15%
Acima de R\$ 7.240,00	131	31%
Não resposta	27	6%
Total	423	100%

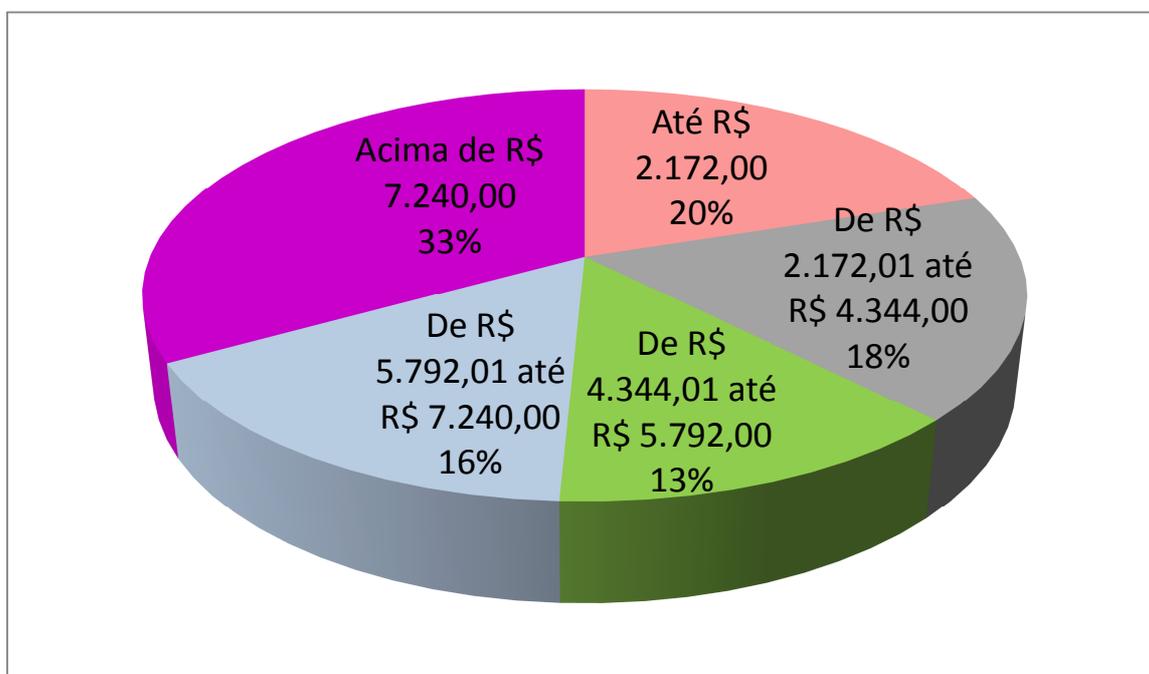


Figura 7- Frequência da renda, percentuais referente aos 396 respondentes da questão

Em relação à escolaridade, é possível observar na tabela 5 que 66% dos hóspedes possuem pelo menos o Ensino Superior Completo, sendo que a categoria com maior frequência é a de quem tem Ensino superior Completo (35%), seguido de quem tem Pós-graduação Completo (28%). Na figura 8 é possível perceber as discrepâncias entre os níveis.

Tabela 5 – Frequência e percentual para as categorias do nível de escolaridade

	Frequência	Percentual
Fundamental Incompleto	2	0%
Fundamental Completo	9	2%
Ensino Médio Incompleto	7	2%
Ensino Médio Completo	59	14%
Ensino superior (cursando)	62	15%
Ensino superior Completo	150	35%
Pós-graduação (cursando)	12	3%
Pós-graduação Completo	119	28%
Não resposta	3	1%
Total	423	100%

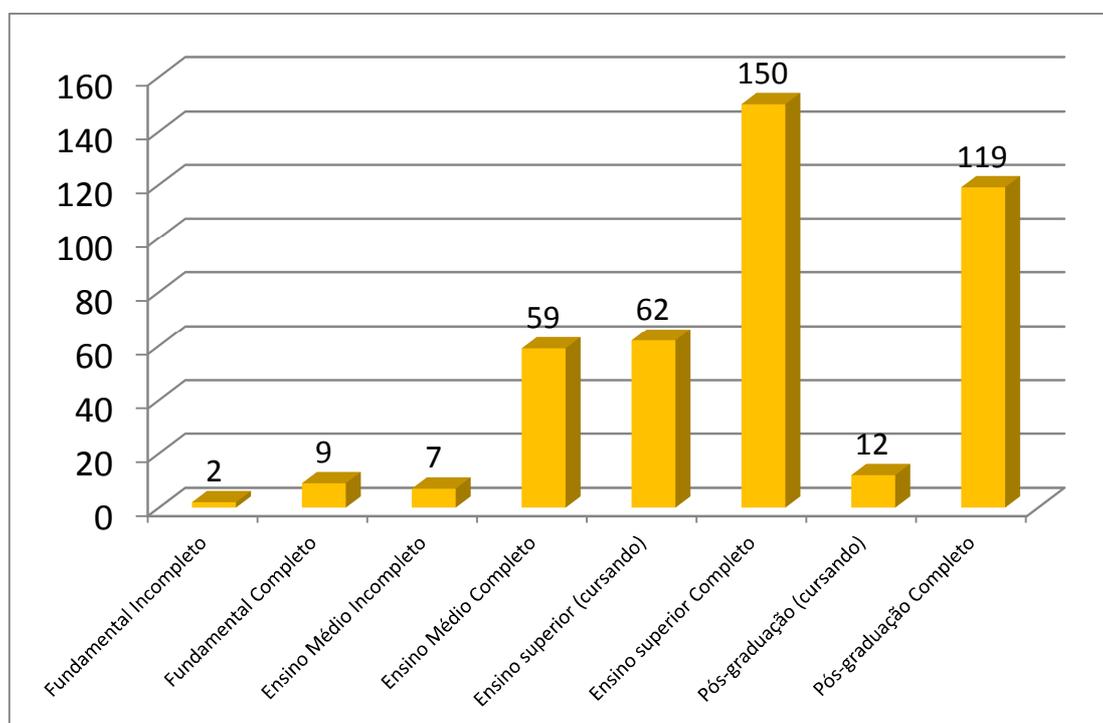


Figura 8 – Frequência para as categorias do nível de escolaridade

Para o motivo de hospedagem a resposta mais frequente foi por Trabalho (66%) seguido de Passeio e Evento, ambos com 10%. O motivo Turismo representou apenas 4% dos entrevistados, conforme pode ser observado na figura 9.

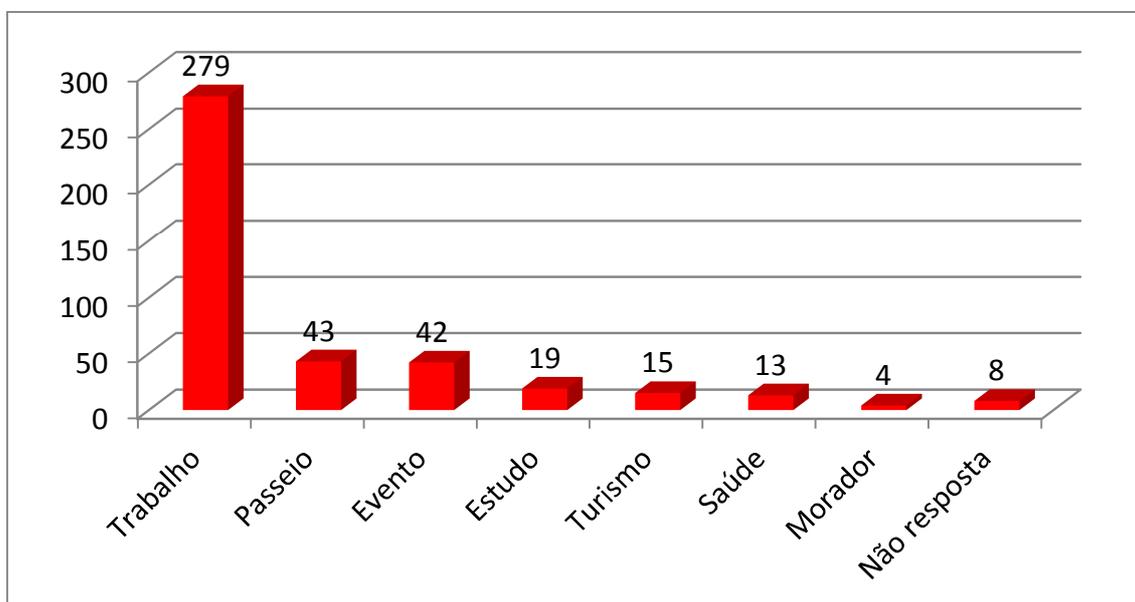


Figura 9 – Motivo da hospedagem

Os entrevistados, em sua maioria, estavam acompanhados na hospedagem (53%), conforme a tabela 6, desses acompanhantes, 54% (121) eram Colegas de Trabalho e 41% (90) eram da família, conforme a figura 10. Em 60% dos casos, as diárias foram pagas pela Empresa e os 39% restantes de forma particular, conforme a tabela 7, sendo eu 1% não respondeu.

Tabela 6 - Frequência do acompanhamento de hospedagem

Acompanhado	Frequência	Percentual
Sim	225	53%
Não	196	46%
Não resposta	2	0%
Total	423	100%

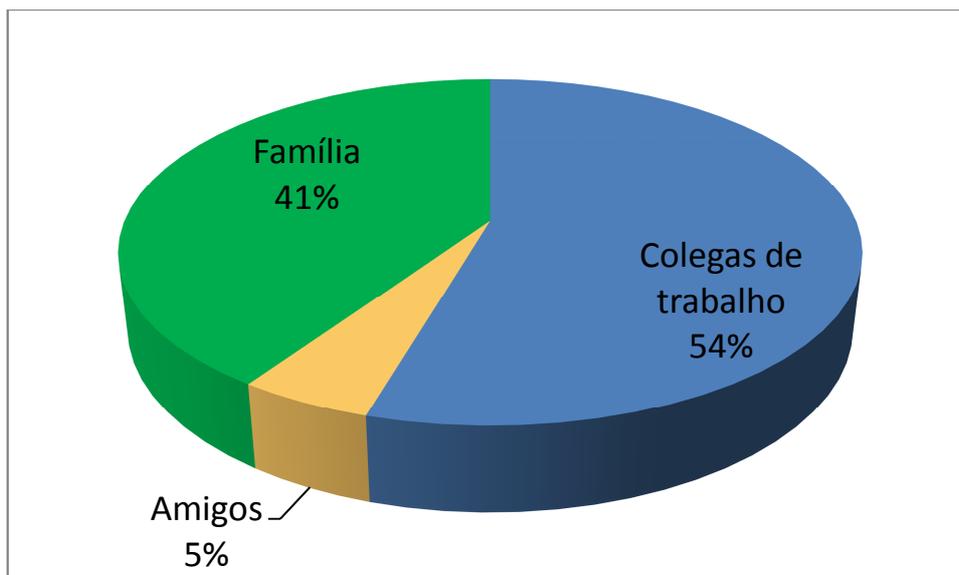


Figura 10: Percentual em cada categoria de acompanhamento de hospedagem

Tabela 7: Frequência da variável *quem paga?*

Quem paga	Frequência	Percentual
Empresa	254	60%
Particular	165	39%
Não resposta	4	1%
Total	423	100%

O meio de deslocamento mais frequente é o Avião (61%), seguido de carro (22%) e por fim o Ônibus (16%), conforme pode ser observado na figura 11.

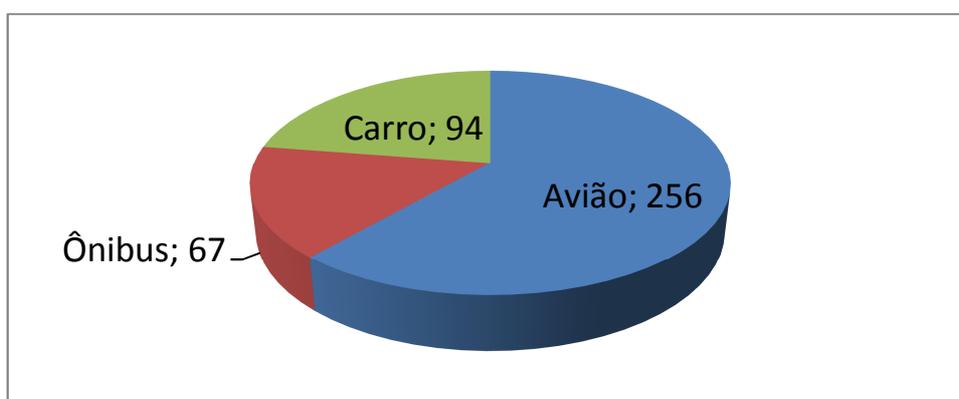


Figura 11 - Frequência do deslocamento até Porto Alegre

A Tabela 8 fornece as estatísticas que foram obtidas para a satisfação das dimensões estudadas. As dimensões foram observadas em uma escala de zero a dez, onde 0 significa que o respondente está totalmente insatisfeito e 10 que está plenamente satisfeito.

Dimensões	Mínimo	Máximo	Mediana	Média	Desvio Padrão	Não resposta
14. Qualidade geral de onde você está hospedado	0	10	8	8,2	1,7	6
15. Aparência externa do hotel	2	10	8	7,8	1,8	8
16. Condições do entorno do hotel	0	10	8	7,4	2,1	15
17. Localização do hotel	0	10	9	8,7	1,7	8
18. Tempo de check-in / check-out	2	10	1	9,2	1,3	7
19. Cordialidade dos funcionários	2	10	1	9,3	1,3	0
20. Serviço de camareira	0	10	1	8,9	1,5	63
21. Informações turísticas	0	10	1	8,5	1,4	293
22. Conforto do quarto	0	10	9	8,5	1,7	2
23. Entretenimento	0	10	9	8,2	1,9	44
24. Internet no quarto (wireless)	0	10	9	7,9	2,3	93
25. Espaço do quarto	1	10	9	8,6	1,7	3
26. Limpeza do quarto	0	10	1	8,9	1,7	9
27. Áreas de lazer	0	10	7	5,5	2,6	330
28. Aparência interna	0	10	9	8,6	1,5	3
29. Limpeza do hotel	1	10	1	9,0	1,4	4
30. Estacionamento	0	10	9	8,1	1,4	327
31. Segurança do hotel	0	10	1	9,0	1,4	58
32. Café da manhã	0	10	9	8,2	1,9	30
33. Restaurante	0	10	7	6,1	2,7	300
34. Serviço de copa	0	10	8	6,4	2,7	300
35. Custo-Benefício	2	10	9	8,5	1,5	37

Tabela 8 - Estatísticas descritivas para as dimensões pesquisadas

A figura 12 ordenada as dimensões de acordo com a nota média atribuída a cada uma delas, de forma que as dimensões em azul estão acima da média, em cinza exatamente na média e em vermelho abaixo. Através desse gráfico é possível visualizar os itens de acordo com a sua qualidade, assim, o melhor foi a Cordialidade dos funcionários e o pior as Áreas de lazer.

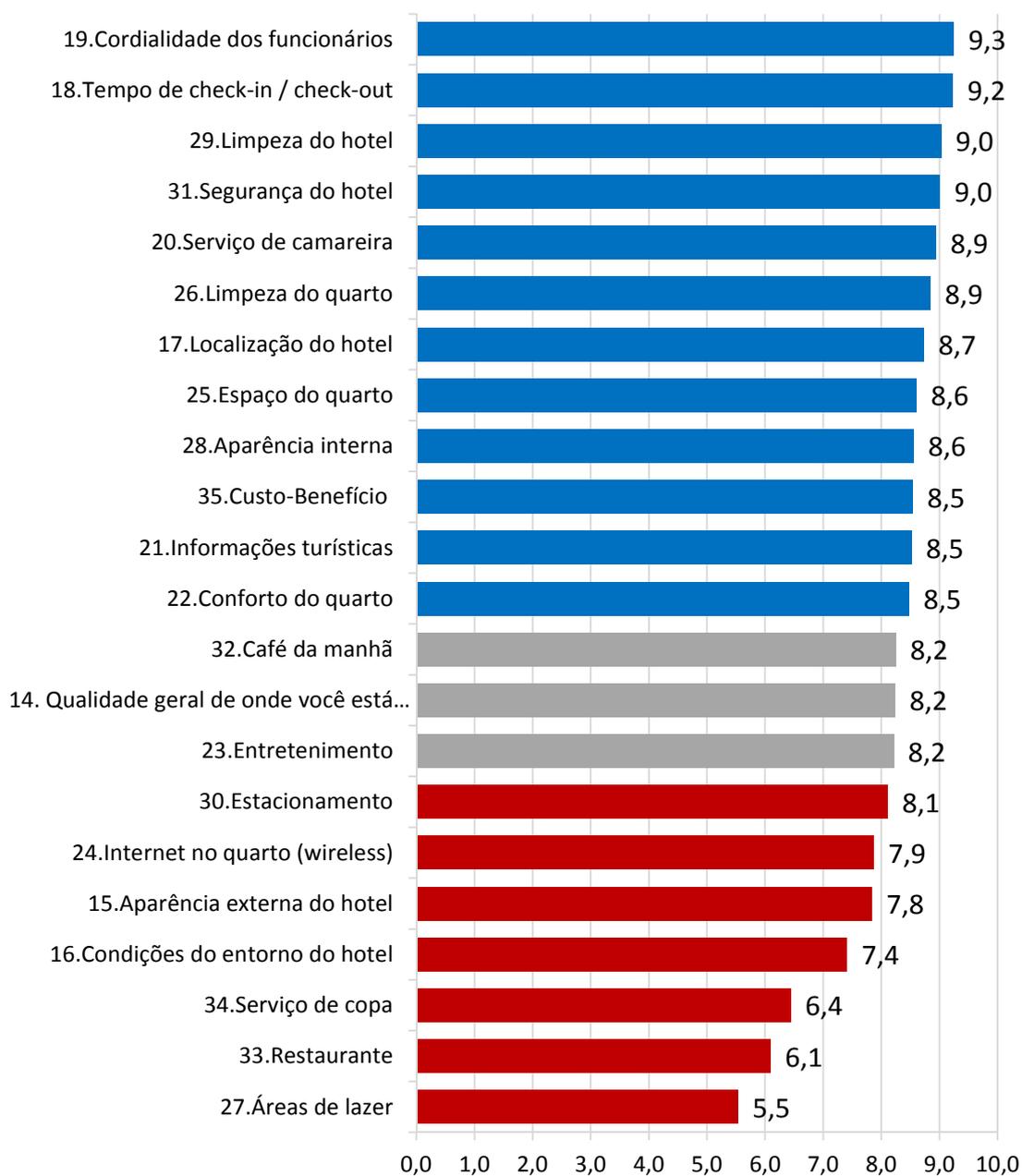


Figura 12 - Dimensões de acordo com a nota média atribuída

ANÁLISE DE CORRESPONDÊNCIA - Análise do Perfil

Foi proposto avaliar o perfil dos usuários da rede hoteleira de Porto Alegre. Em um primeiro momento foi realizada a análise estatística conhecida como Análise de Correspondência, onde as informações sobre o perfil do cliente foram cruzadas com o motivo da hospedagem nos hotéis.

A análise de Correspondência é um método para determinação de um sistema de associação entre os elementos de dois ou mais conjuntos, buscando explicar a estrutura de associação dos fatores em questão (LÚCIO et al., 1999). Dessa forma, gráficos são construídos com as componentes principais das linhas e das colunas permitindo a visualização da relação entre os conjuntos, onde a proximidade dos pontos referentes à linha e a coluna indicam associação (GONÇALVES; SANTOS, 2009).

No gráfico da figura 13 que associa o Estado civil com o motivo da hospedagem percebe-se que há associação do estado civil divorciado/separado (4) ao motivo 5 (evento). Observa-se ainda para o estado civil casado (3) que também há relação com o motivo 5 (evento), mas, além desses, indivíduos casados apresentam associação com motivo 1 (trabalho). Também se evidencia associação entre indivíduos com união estável (2) e motivo passeio (3). Já estado civil solteiro (1) apresenta associação com os motivos 1, 6 e 7 (trabalho, morador e saúde, respectivamente). Os demais não apresentam associação.

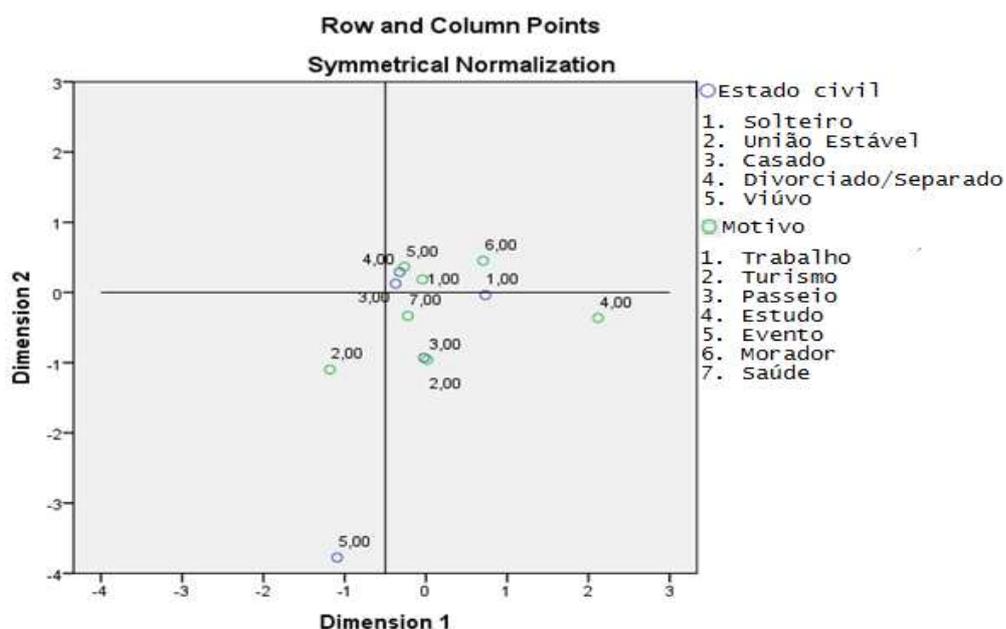


Figura 13: Estado civil com o Motivo da hospedagem

Na figura 14 que apresenta as dimensões para a faixa etária com o motivo da hospedagem, a faixa etária 2 (25 a 39 anos) verifica-se uma associação com o motivo 1 (trabalho). Já a faixa etária 3 (40 a 59 anos) mostra relação com o motivo 7 (saúde). A faixa etária 1 (18 a 24 anos) evidencia a associação com o motivo 4 (estudo). Na faixa etária 4 (a partir de 60 anos), percebe-se associação com os motivos 3 (passeio), este mais forte, 2 (turismo), 5 (evento), 7 (saúde) e 6 (morador).

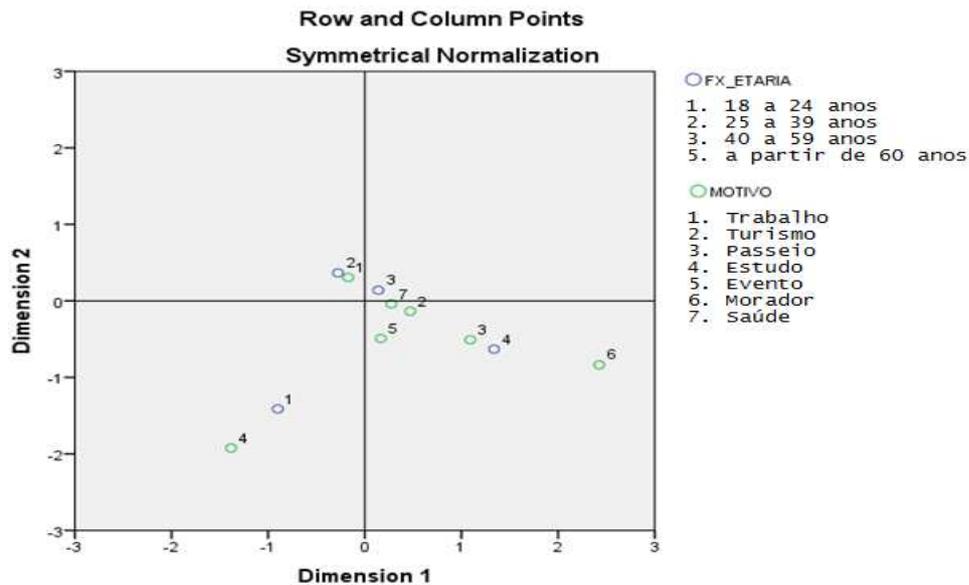


Figura 14 - Faixa etária com o Motivo da hospedagem

Conforme se observa na figura 15 tem-se que o gráfico com as dimensões Área de atuação com relação ao Motivo de hospedagem, apresenta maior relação da área de trabalho indústria (4) com motivo 7 (saúde). Já a área de atuação comércio (2), serviço (8), funcionalismo público (6) e outras áreas (5) com o motivo 1 (trabalho). As áreas de atuação educação e saúde (3 e 7 respectivamente) estão associadas com os motivos 4 (estudo) e 5 (evento). Há relação entre a área de atuação aposentadoria (1) e motivo 6 (morador). Os demais não apresentam associação.

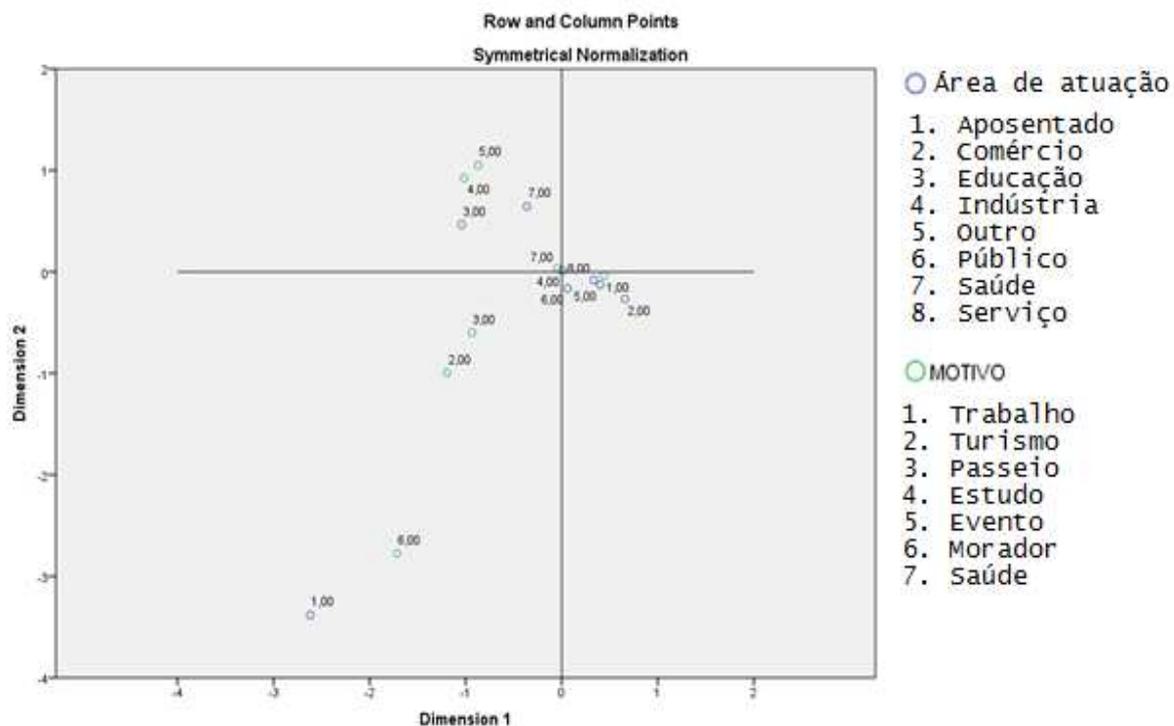


Figura 15: Área de atuação com Motivo da Hospedagem

Na figura 16 onde pode ser observada a correspondência entre a Renda e o Motivo da hospedagem, percebe-se que a renda 4 (de R\$ 5.792,01 até R\$ 7.240,00) está associada ao motivo 1 (trabalho). Já a renda 5 (acima de R\$ 7.240,00) está associada ao motivo 3 e 1 (passeio e trabalho respectivamente), há uma relação fraca também com o motivo 5 (evento). A renda 2 (de R\$ 2.172,01 até R\$ 4.344,00) está relacionada aos motivos 2 (turismo), este mais forte, e ao 7 (saúde). Já a renda 3 (de R\$ 4.344,01 até R\$ 5.792,00) está associada aos motivos 1 (trabalho), 2 (turismo) e 6 (morador). A renda 1 (até R\$ 2.172,00) mostra-se associada aos motivos 4 (estudo) e 7 (saúde), mas mais fraca.

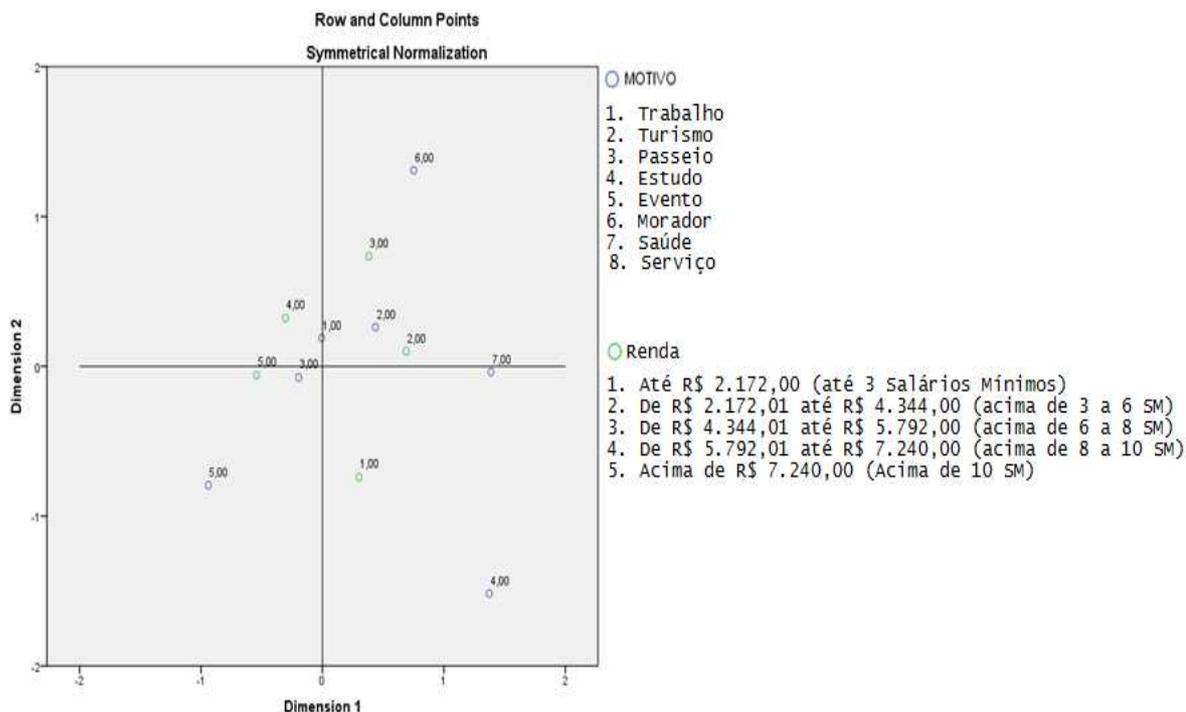


Figura 16: Renda com Motivo da Hospedagem

No gráfico da figura 17, tem-se o Grau de escolaridade com o Motivo da hospedagem, de onde é possível observar que indivíduos cursando ensino superior (5) e cursando pós-graduação (7) apresentam associação com os motivos 2 (turismo), 4 (estudo), 3 (passeio) e 7 (saúde). Na categoria ensino fundamental completo (2), há relação com o motivo 7 (saúde). Já o ensino fundamental incompleto (1) apresenta-se no mesmo quadrante do motivo 4 (estudo), no entanto, há pouca relação. Nos indivíduos com pós-graduação completo (8), percebeu-se associação com o motivo 5 (evento). Na categoria ensino superior completo (6) verifica-se uma associação com os motivos 1 (trabalho) e 3 (passeio), com fraca para ensino médio incompleto (3) e ensino médio completo (4). Para os sujeitos com ensino médio incompleto (3) e ensino médio completo (4) há relação forte para o motivo 6 (morador).

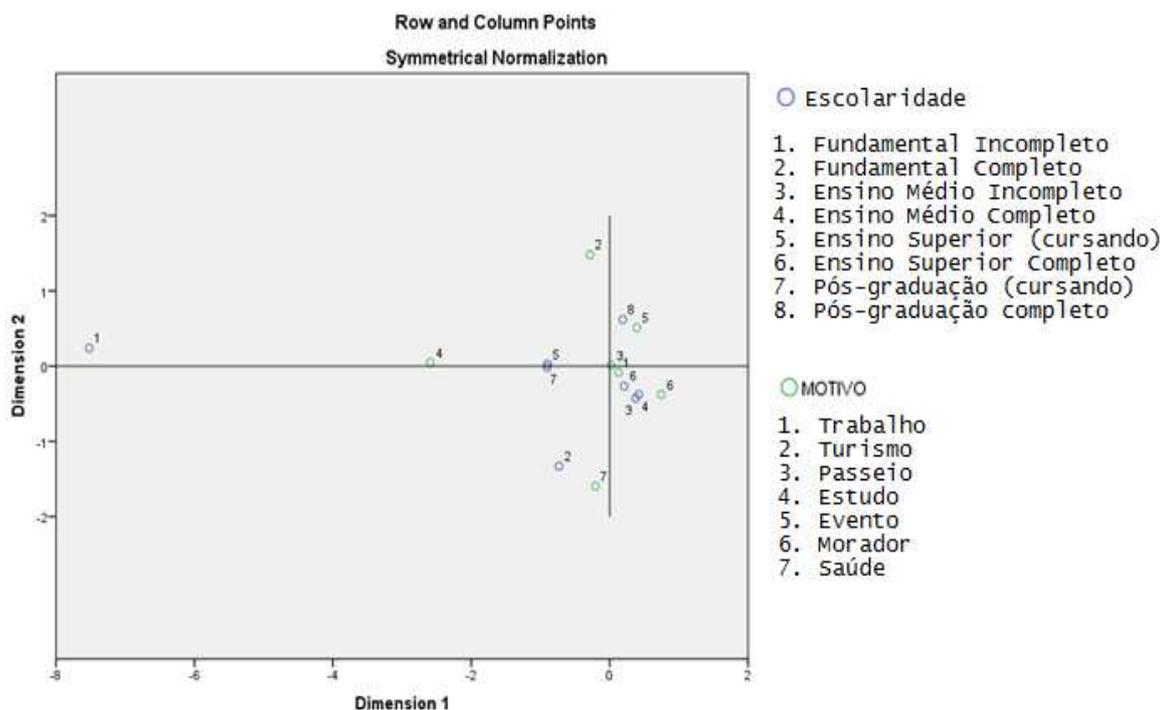


Figura 17 - Grau de Escolaridade com Motivo da Hospedagem

Perfil final para os hóspedes

Analisando o perfil final para os hóspedes dos hotéis participantes desta pesquisa, verificou-se que indivíduos que se hospedam por motivo de trabalho ou são do estado civil solteiro ou casado, possuem curso superior completo, apresentam entre 25 a 39 anos, atuam na área de comércio ou serviço e apresentam a renda acima de R\$ 4.344,01 (categoria renda 3 e 4).

Já para indivíduos que se hospedam com a finalidade de realizar turismo, está associado a hóspedes que apresentam mais de 60 anos, têm renda entre R\$ 2.172,01 e R\$ 5.792,00 (categoria renda 2 e 3), e a escolaridade é alta, ensino superior e pós-graduação.

Para sujeitos em que o motivo é passeio, geralmente apresentam mais de 60 anos de idade, união estável, renda 5 (acima de R\$ 7.240,00), com escolaridade associada ensino médio incompleto até superior completo.

No motivo estudo, os clientes frequentemente têm entre 18 e 24 anos, até R\$ 2.172,00 (renda 1) e trabalham na área da educação ou saúde.

No caso do motivo evento, há os indivíduos possuem renda acima de R\$ 7.240,00 (categoria 5), ou são casado ou divorciado/separado, atuando na área da educação ou saúde.

Em hospedagens por motivo saúde, o sujeito está associado ao estado civil solteiro, com idade de 40 a 59 anos, tem renda até R\$ 4.344,00 (categorias de renda 1 e 2), e atua na indústria e com grau de escolaridade associada ao ensino fundamental completo.

Para clientes moradores, frequentemente são solteiros, têm ensino médio incompleto e completo, são aposentados e têm entre R\$ 4.344,01 e R\$ 5.792,00 (renda 3).

Após isto, foi realizada uma análise fatorial, uma técnica estatística que visa explicar a correlação entre um conjunto de variáveis, neste caso as perguntas relacionadas à satisfação. Ou seja, na tentativa de mostrar quais aspectos contribuem mais na satisfação dos clientes.

ANÁLISE FATORIAL – Avaliação da Satisfação

A análise fatorial tem como objetivo principal explicar a correlação ou covariância, entre um conjunto de variáveis, em termos de um número limitado de variáveis não observáveis denominadas fatores. Neste contexto, os 22 quesitos de satisfação avaliados foram reduzidos para 3 fatores que explicam 100% da variabilidade original dos dados.

O primeiro fator corresponde às variáveis mais importantes no âmbito da satisfação dos clientes da rede hoteleira de Porto Alegre. De forma que, a questão da qualidade geral do hotel está altamente correlacionada com variáveis como conforto do quarto, entretenimento - TV, TV a cabo, wireless no saguão, Internet no quarto, aparência interna, estacionamento, segurança do hotel, café da manhã e custo/benefício. A partir desse resultado seria interessante que os hotéis priorizassem estas características para que sejam considerados de alta qualidade, e satisfaçam as necessidades de seus clientes. Vale salientar que todos os atributos relativos ao quarto são de suma importância na satisfação e por este motivo este constructo pode ser considerado o mais importante dentro do propósito dos hotéis.

Através desta análise pode-se correlacionar outras características de menor importância com relação à satisfação dos clientes, como a aparência externa do hotel, esta apresenta o menor índice dentre todas as demais e por este motivo pode ser considerada a menos relevante.

Percebe-se que aspectos como área de lazer, restaurante e serviço de copa estão relacionados e contribuem para a satisfação em menor grau, constatou-se que em geral os hotéis pesquisados não possuíam estes atributos.

Ainda, alguns outros quesitos contribuem para a satisfação com os hotéis, porém de forma diferenciada, não estando diretamente relacionados as demais características em estudo, mas sim entre si. Estes são as condições do entorno do hotel, localização do hotel, apresentação/postura/cordialidade dos funcionários e a limpeza do hotel.

Finalmente, pode-se concluir que o domínio “quarto” (unidade habitacional) ficou caracterizado como sendo o de maior importância para a garantia da satisfação dos clientes da rede hoteleira do município de Porto Alegre, e a característica menos importante seria a aparência externa do hotel.

REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA – Modelo de Satisfação

A regressão linear múltipla consiste de técnicas estatísticas para construir modelos que descrevem, de maneira razoável, relações entre diversas variáveis explicativas e uma variável resposta. O modelo de regressão linear múltipla é dado genericamente pela expressão matemática que segue.

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki} + \varepsilon_i$$

onde: y_i representa a variável resposta de interesse do estudo, $x_{1i}, x_{2i}, \dots, x_{ki}$ representam as variáveis explicativas que descrevem o comportamento da variável resposta e ε_i representa o erro aleatório.

Em modelos de regressão múltipla, é preciso pré-determinar um subconjunto de variáveis explicativas (ou independentes) que melhor descreva a variável resposta. Isto é, dentre todas as variáveis explicativas disponíveis, deve-se encontrar um subconjunto de destas que melhor expliquem a variável de interesse, construindo assim o modelo.

Originalmente a intenção era trabalhar com a variável resposta GAP (diferença entre expectativa e satisfação dos hóspedes), entretanto durante a fase de coletas foi identificado que a maioria das pessoas não compreendeu este conceito. Tal fato ficou claramente visível quando se observou que 50,3% das respostas apresentaram satisfação e expectativa com valores iguais, além de 25% dos entrevistados forneceram resposta para a expectativa. Desta forma, optou-se por seguir as análises apenas com a satisfação dos indivíduos para compreender a percepção deles. A variável resposta estudada consiste na satisfação geral dos hóspedes com relação aos hotéis e as variáveis explicativas foram: média da satisfação no domínio “Aspectos Gerais Externos”; média da satisfação no domínio “Atendimento”; média da satisfação no domínio “Quarto”; média da satisfação no domínio “Infraestrutura”; média da satisfação no domínio “Serviços de Alimentação”; média da satisfação no domínio “Preço”.

As análises foram conduzidas utilizando o software livre R. Primeiramente foram verificados os pressupostos do modelo, sendo eles: normalidade dos erros pela análise dos resíduos; ausência de autocorrelação pelo teste de Durbin-Watson; ausência de multicolinearidade pela análise dos VIFs (*Variance Inflation Factor*); homocedasticidade pela análise dos resíduos padronizados contra os valores ajustados.

Foram identificados sete pontos influentes pela distância de Cook e pelo *qqplot*, os quais foram excluídos para melhor aderência do modelo. Além disso, 27 casos possuíam *missing* em pelo menos uma das variáveis explicativas e, portanto, foram excluídos ao se estabelecer o modelo. Após estabelecer o modelo (ajuste), verificou-se que todos os pressupostos para construção do modelo foram atendidos, conforme mostra a figura 18.

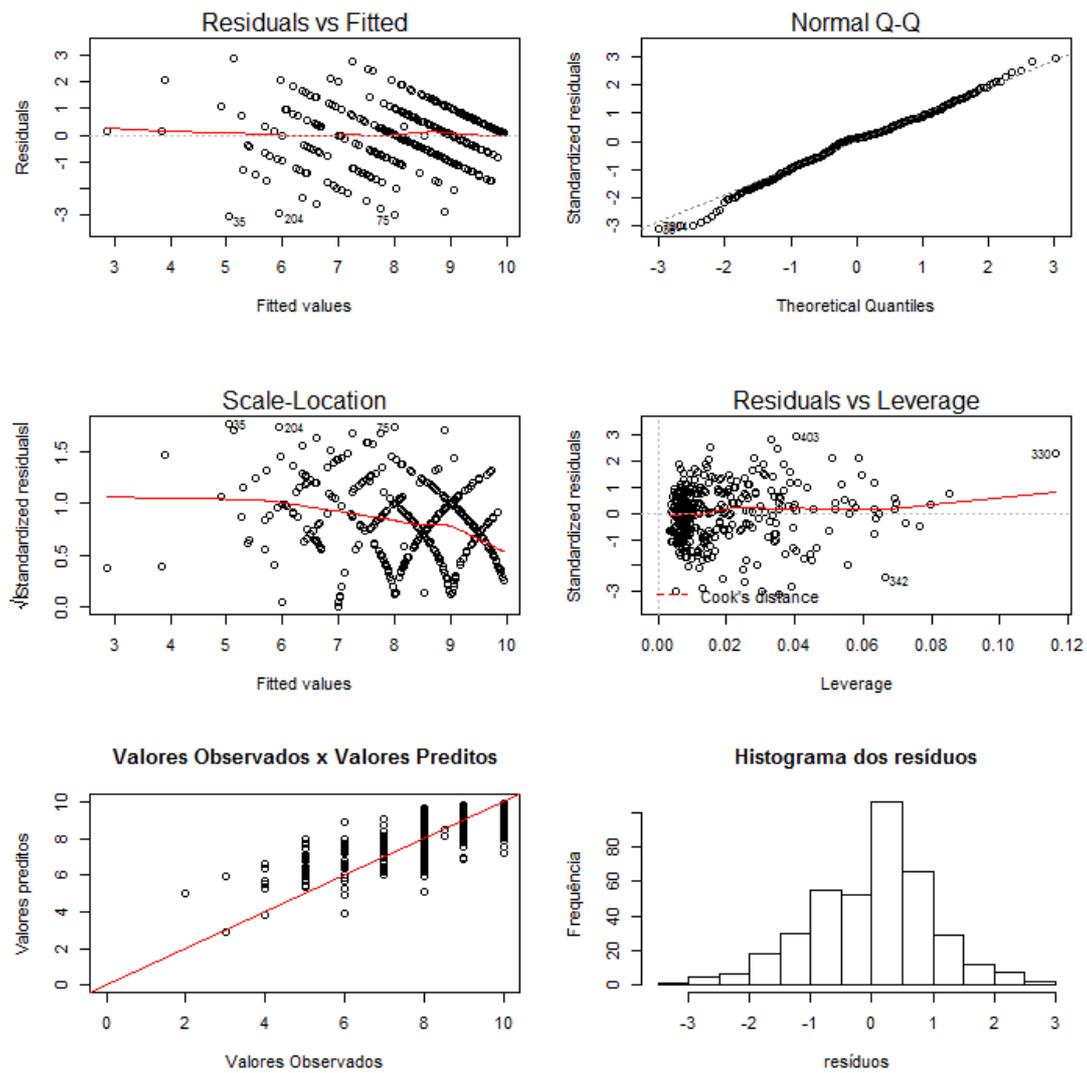


Figura 18 - Gráficos de diagnóstico da análise de regressão

Assim, o modelo final ajustado foi:

$$SATIS_{GERAL} = -0,572 + 0,281 \text{ externo} + 0,145 \text{ atendimento} + 0,401 \text{ quarto} \\ + 0,184 \text{ infra} + 0,269 \text{ alimentacao} + 0,0135 \text{ preco}$$

onde os elementos da equação são descritos conforme a tabela 9.

Variável	Descrição
GERAL	Satisfação geral dos hóspedes com relação aos hotéis de Porto Alegre
Externo	Média da satisfação no domínio “Aspectos Gerais Externos”
Atendimento	Média da satisfação no domínio “Atendimento”
Quarto	Média da satisfação no domínio “Quarto”
Infra	Média da satisfação no domínio “Infraestrutura”
Alimentação	Média da satisfação no domínio “Serviços de Alimentação”
Preço	Média da satisfação no domínio “Preço”

Tabela 9 - Descrição das variáveis do modelo

Apesar das variáveis alimentação e preço não terem sido significativas a 0,05 elas foram mantidas no modelo, uma vez que o objetivo não era ajustar o modelo mais parcimonioso, mas sim identificar de que forma essas satisfações por domínio se relacionam com a satisfação geral do hóspede. Assim, o coeficiente de determinação ajustado (R^2_{aju}) foi de 0,6 indicando que 60% da variabilidade da satisfação geral média é explicada pela relação linear com as variáveis explicativas. A tabela 10 exemplifica a interpretação do modelo.

Aumento de 01 unidade de satisfação média do quarto	Implica em...	Aumento de 0,40 na satisfação geral média	
Aumento de 01 unidade de satisfação média dos aspectos externos	Implica em...	Aumento de 0,28 na satisfação geral média	
Aumento de 01 unidade de satisfação média da alimentação	Implica em...	Aumento de 0,27 na satisfação geral média	
Aumento de 01 unidade de satisfação média da infraestrutura	Implica em...	Aumento de 0,18 na satisfação geral média	
Aumento de 01 unidade de satisfação média do atendimento	Implica em...	Aumento de 0,14 na satisfação geral média	
Aumento de 01 unidade de satisfação média do preço	Implica em...	Aumento de 0,01 na satisfação geral média	

Tabela 10 - Interpretação dos resultados da regressão linear múltipla

Desta forma, estima-se um aumento de aproximadamente 0,4 pontos na satisfação geral do hóspede a cada incremento de um ponto na satisfação do quarto, mantidas as demais covariáveis constantes. Já um incremento de 1 unidade na satisfação com a infraestrutura não impacta tanto na satisfação geral, esperando-se um aumento de apenas aproximadamente 0,27 na satisfação geral. Já o preço pareceu ser o fator que menos reflete diretamente na satisfação geral desse público. Cabe lembrar que, a população estudada está hospedada, em sua grande maioria, para fins de trabalho ou eventos, patrocinados por pessoa jurídica. Assim, pode ser que isso ajude a compreender esse menor peso para a satisfação desses clientes. De forma descritiva, conforme consta na tabela 11, tem-se uma estimativa pontual mais baixa para a satisfação desses domínios, assim como uma maior heterogeneidade nas respostas evidenciada pela maior dispersão em relação às outras.

Satisfação	n	Média (DP)
Geral	423	8,1 (1,93)
Aspectos Externos	423	8,0 (1,53)
Atendimento	423	9,1 (1,20)
Quarto	422	8,5 (1,43)
Alimentação	396	7,9 (2,33)
Preço	423	7,8 (2,83)

Tabela 11- Medidas de tendência central e de dispersão

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos resultados encontrados é possível verificar que a cidade atrai mais pessoas a trabalho, com tempo de hospedagem de 1 a 3 dias, que, quando acompanhados, são por colegas de trabalho e o pagamento da hospedagem realizado pela empresa. A maior parte do público vem a Porto Alegre seguidamente, em geral de outras cidades do RS ou SP, e a principal forma de deslocamento para a cidade é de avião.

Apesar dos esforços para uma pesquisa que pudesse dizer respeito a toda rede hoteleira de Porto Alegre, ocorreram problemas na coleta os dados, o que resultou em uma amostra não probabilística, primeiramente por problemas operacionais (necessidade de ir aos hotéis conforme disponibilidade da equipe, concomitantemente com horários

com maior fluxo de pessoas no hotel) e, muitas vezes, por motivos gerenciais, os hotéis não permitiram que as entrevistas fossem realizadas com seus clientes. Portanto, esses resultados permitem apenas um melhor entendimento da satisfação dos hóspedes dos hotéis pesquisados e não aqueles que foram selecionados na amostra, e nem para todo o setor hoteleiro, não sendo assim é inadequado realizar qualquer generalização a toda rede hoteleira de Porto Alegre.

REFERÊNCIAS

BEMTUR. Boletim Estatístico Municipal do Turismo em Porto Alegre. Ed. Anual, 2013. Disponível em: [lproweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/turismo/usu_doc/bemtur_anual-2013.pdf](http://proweb.procempa.com.br/pmpa/prefpoa/turismo/usu_doc/bemtur_anual-2013.pdf). Acessado: em 12 de dezembro de 2014.

CAMPOS, D. F, MARODI, T. G. Perceptions of quality and expectations of hotel services. *Journal of Operations and Supply Chain Management*. V.5, N. 1, 2012.

GONÇALVES, M. T. G.; SANTOS, S. R. Uma perspectiva de melhoria no ensino aprendizagem da matemática por meio da modelagem matemática no ensino fundamental. *Revista NUPEM – Edição Comemorativa, Campo Mourão*, v. 1, n. 1, 2009.

KOZAK, M.; RIMMINGTON, M. Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research* v. 38, n. 3 p.260-269 February 2000.

LUCIO, P. S.; TOSCANO, E. M. M.; ABREU, M. L. Caracterização de séries climatológicas pontuais via análise canônica de correspondência - estudo de caso. *Revista Brasileira de Geofísica, Minas Gerais*, v.17, p. 41, 1999.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.; BERRY, L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, v.49, p.41-50. Fall 1985.

SOLOMON, M.R. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. Prentice Hall. 4th ed., 586 p. 1999.

APÊNDICES

Apêndice A – QUESTIONÁRIO



AVALIAÇÃO DA PERCEPÇÃO DO HÓSPEDE

O curso de Estatística da UFRGS, em parceria com a Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul e o Sindicato de Hotéis Restaurantes Bares e Similares, estão realizando esta pesquisa a fim de avaliar a percepção dos usuários acerca da rede hoteleira da Cidade de Porto Alegre.

Data do preenchimento: ____/____/____.

Entrevistador(a): _____ ID: _____

Identificação do Hotel (Filtros)

Meio de hospedagem: 1.() Hotel 2.() Flat

Nome do Hotel/Flat: _____ Tempo de Hospedagem: _____

Bloco I - Perfil

4. De onde está vindo: Cidade: _____ Estado: _____ País: _____	
1. Sexo: 1.() Masculino 2.() Feminino	5. É o mesmo local que reside: () 1. Sim () 2. Não Onde: _____
2. Idade: _____	6. Primeira vez em Porto Alegre: () 1. sim () 2. não 6.1. Caso não, com que frequência vem a POA: () 2. semanal () 3. mensal () 4. anual () 5. Outro _____
3. Estado Civil: 1. () Solteiro 2. () União Estável 3. () Casado 4. () Divorciado/Separado 5. () Viúvo 6. () Outro. Qual? _____	7. Profissão: _____
9. Escolaridade: 1. () Fundamental Incompleto 2. () Fundamental Completo 3. () Ensino Médio Incompleto 4. () Ensino Médio Completo	8. Renda Individual: 1. () Até R\$ 2.172,00 (até 3 Salários Mínimos) 2. () De R\$ 2.172,01 até R\$ 4.344,00 (acima de 3 a 6 SM) 3. () De R\$ 4.344,01 até R\$ 5.792,00 (acima de 6 a 8 SM) 4. () De R\$ 5.792,01 até R\$ 7.240,00 (acima de 8 a 10 SM) 5. () Acima de R\$ 7.240,00 (Acima de 10 SM)
11. Acompanhado na hospedagem: 1.() Sim 2.() Não	10. Motivo da hospedagem: 1.() Trabalho 2.() Turismo 3.() Passeio 4. () Outro. Qual? _____
11.1. Se sim: 1.() Colegas de trabalho 2.() Amigos 3.() Família	12. Quem está pagando: 1.() Empresa (PJ) 2.() Particular (PF)
13. Forma de deslocamento até POA: 1.() Avião 2.() Ônibus 3.() Carro 4.() Outro: _____	

Com relação aos itens abaixo, marque o grau de expectativa e satisfação, em sua opinião, onde:

E. Expectativa (0 a 10)

Sendo:

0 - Expectativa extremamente baixa

10 - Expectativa extremamente alta

11 - Não se aplica/Não Utilizou.

S. Satisfação:

Sendo:

0 - Totalmente Insatisfeito

10 - Totalmente Satisfeito

11 - Não se aplica/Não Utilizou.

Bloco II - Qualidade do hotel (Expectativa e Satisfação)		E	S
14	Qualidade geral desse hotel/ flat onde você está hospedado (a)		
Bloco III - Percepção da qualidade (Expectativa e Satisfação)		E	S
Aspectos gerais externos	15. Aparência externa do hotel		
	16. Condições do entorno do hotel		
	17. Localização do hotel		
Atendimento	18. Tempo de check-in / check-out		
	19. Apresentação/ Postura/Cordialidade dos funcionários		
	20. Serviço de camareira		
	21. Informações turísticas		
Quarto	22. Conforto do quarto		
	23. Entretenimento - TV, TV a cabo, wireless no saguão, etc.		
	24. Internet no quarto (wireless)		
	25. Espaço do quarto		
	26. Limpeza do quarto		
Infraestrutura	27. Áreas de lazer - piscina, churrasqueira, etc.		
	28. Aparência interna		
	29. Limpeza do hotel		
	30. Estacionamento		
	31. Segurança do hotel		
Serviços de alimentação	32. Café da manhã		
	33. Restaurante		
	34. Serviço de copa		
Preço	35. Custo-Benefício		

A sua opinião é essencial para a melhoria da rede hoteleira de Porto Alegre. Obrigado pela participação!

Apêndice B - Hotéis amostrados e hotéis pesquisados

	Nome do hotel selecionado na amostra	Hotéis pesquisados
1	AMÉRICA HOTEL	
2	APART HOTEL GARIBALDI	
3	APART TECLA RESIDENCE-FLAT	
4	BLUE TREE MILLENIUM POA	
5	BRAGANÇA SUÍTES HOTEL	X
6	COLLINS TRADE HOTEL	X
7	COLOSSI HOTEL	
8	COMFORT INN PORTO ALEGRE	
9	CORAL TOWER TRADE CENTER HOTEL	
10	DAN INN HOTEL	
11	EKO RESIDENCE HOTEL	X
12	ELEVADO HOTEL	X
13	ERECHIM HOTEL	X
14	EXPRESSINHO (CONTIN. EXPRESS AEROPORTO)	X
15	GOLDEN HOTEL	
16	HOTEL EXPRESS MAUÁ	X
17	HOTEL LAGHETTO VIVERONE MOINHOS LTDA	X
18	HOTEL MADRI	X
19	HOTEL PALÁCIO	X
20	HOTEL SCALA	
21	IBIS PORTO ALEGRE MOINHOS DE VENTO HOTEL	
22	INTERCITY PIAZZA NAVONA FLAT	
23	INTERCITY PREMIUM PORTO ALEGRE	
24	LAR RESIDENCE HOTEL	X
25	MANHATTAN APART HOTEL	X
26	MASTER PALACE EXPRESS & SUITES	X
27	MERCURE POA MANHATTAN HOTEL	
28	OLARIA RESIDENCIAL- DEMETRIO RIBEIRO	X
29	PAMPA HOTEL	X
30	PORTO ALEGRE CITY HOTEL	
31	PORTO RETRÔ FLAT BOUTIQUE	X
32	POUSADA DO PARQUE	X
33	AÇORES PREMIUM HOTEL*	X
34	ROMA HOTEL	X
35	SAN FRANCISCO HOTEL	
36	SAVOY HOTEL	
37	TERMINAL TUR HOTEL	X
38	TULIP INN CENTRO HISTÓRICO	X
		EVEREST HOTEL*
		HOLLIDAY INN*

* Hotéis reservas na amostra