

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – UCAM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PESQUISA OPERACIONAL E
INTELIGÊNCIA COMPUTACIONAL
CURSO DE MESTRADO EM PESQUISA OPERACIONAL E INTELIGÊNCIA
COMPUTACIONAL

ALUISIO LIMA DE SOUZA

**VALIDAÇÃO DE ITENS DE QUESTIONÁRIO SOBRE A SATISFAÇÃO
DA QUALIDADE DE SERVIÇOS EM HOSPEDAGEM DE HOTÉIS EM
ARMAÇÃO DOS BÚZIOS, RIO DE JANEIRO**

CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ
Abril de 2019

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – UCAM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PESQUISA OPERACIONAL E
INTELIGÊNCIA COMPUTACIONAL
CURSO DE MESTRADO EM PESQUISA OPERACIONAL E INTELIGÊNCIA
COMPUTACIONAL

Aluisio Lima de Souza

**VALIDAÇÃO DE ITENS DE QUESTIONÁRIO SOBRE A SATISFAÇÃO
DA QUALIDADE DE SERVIÇOS EM HOSPEDAGEM DE HOTÉIS EM
ARMAÇÃO DOS BÚZIOS, RIO DE JANEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de
Mestrado em Pesquisa Operacional e
Inteligência Computacional, da
Universidade Candido Mendes –
Campos/RJ, para obtenção do grau de
MESTRE EM PESQUISA OPERACIONAL
E INTELIGÊNCIA COMPUTACIONAL.

Orientador: Prof. Aldo Shimoya, D.Sc.

CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ
Abril de 2019

FICHA CATALOGRÁFICA

Preparada pela Biblioteca da **UCAM – CAMPOS** 019/2019

Souza, Aluísio Lima de.

Validação de itens de questionário sobre a satisfação da qualidade de serviços em hospedagem de hotéis em Armação dos Búzios, Rio de Janeiro. / Aluísio Lima de Souza. – 2019.
90 f.; il.

Orientador: Aldo Shimoya.

Dissertação de Mestrado Pesquisa Operacional e Inteligência Computacional – Universidade Candido Mendes – Campos. Campos dos Goytacazes, RJ, 2019.

Referências: f. 80-88.

1. Hotelaria. 2. Qualidade de serviços. I. Universidade Candido Mendes – Campos. II. Título.

CDU – 640.41:658.56

Bibliotecária Responsável: Flávia Mastrogirolamo CRB 7^a-6723

ALUISIO LIMA DE SOUZA

**VALIDAÇÃO DE ITENS DE QUESTIONÁRIO SOBRE A SATISFAÇÃO
DA QUALIDADE DE SERVIÇOS EM HOSPEDAGEM DE HOTÉIS EM
ARMAÇÃO DOS BÚZIOS, RIO DE JANEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de
Mestrado em Pesquisa Operacional e
Inteligência Computacional da
Universidade Candido Mendes –
Campos/RJ, para obtenção do grau de
MESTRE EM PESQUISA OPERACIONAL
E INTELIGÊNCIA COMPUTACIONAL.

Avaliada em 17 de abril de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Aldo Shimoya, D.Sc. – orientador
UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES - CAMPOS

Prof. Eduardo Shimoda, D.Sc.
UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES - CAMPOS

Profa. Karine Lôbo Castelano, D.Sc.
UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES – CAMPOS

Prof. Fabio Machado de Oliveira, D.Sc.
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE DARCY RIBEIRO

CAMPOS DOS GOYTACAZES, RJ
2019

Aos meus amados pais, Aluísio Pereira e Dinalva Lima, que me ensinaram a superar os obstáculos e a sempre identificar uma oportunidade em meio à dificuldade.

À minha irmã Maria Lúcia, por sua preocupação, carinho e incentivo.

À minha esposa Michelle e à minha filha (princesa levada) Mariana, por todo amor, incentivo, apoio e compreensão. Nada disso teria sentido se vocês não existissem na minha vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela dádiva da vida e por me permitir realizar tantos sonhos nesta existência. Obrigado por me permitir errar, aprender e crescer, por sua eterna compreensão e tolerância, por seu infinito amor, pela sua voz “invisível” que não me permitiu desistir e principalmente por ter me dado uma família tão especial, enfim, obrigado por tudo.

Ao professor Doutor Aldo Shimoya, pela orientação, competência, profissionalismo e dedicação tão importantes. Obrigado por acreditar em mim e pelos tantos elogios e incentivos. Tenho certeza que não chegaria neste ponto sem o seu apoio. Você foi e está sendo muito mais que orientador: para mim será sempre mestre e amigo.

Aos membros da banca examinadora, Prof. Eduardo Shimoda, Prof^a Karine Lôbo e ao Prof. Fabio Machado de Oliveira que tão gentilmente aceitaram participar e colaborar com esta dissertação.

Ao Instituto Federal Fluminense pela oportunidade concedida para a realização deste curso e desta dissertação.

À minha mãe e ao meu pai deixo um agradecimento especial, por todas as lições de amor, companheirismo, amizade, caridade, dedicação, compreensão e perdão que vocês me dão a cada novo dia. Sinto-me orgulhoso e privilegiado por ter pais tão especiais. E à minha irmã querida, sempre pronta a me apoiar em tudo nesta vida.

À minha esposa Michelle, por todo amor, carinho, compreensão e apoio em tantos momentos difíceis desta caminhada. Obrigado por permanecer ao meu lado, mesmo sem a atenção devida e depois de tantos momentos de lazer perdidos. Obrigado pelo presente de cada dia, pelo seu sorriso e por saber me fazer feliz.

À minha filha, a princesa levada Mariana, por todo amor incondicional que você sempre me dá. Inúmeras vezes, sentada junto comigo nas escritas desta dissertação até adormecer. Feliz por você fazer parte da minha vida. A sua existência é o reflexo mais perfeito da existência de Deus.

Aos diversos amigos que sempre estiveram presentes direta ou indiretamente em todos os momentos de minha formação.

“Enquanto estiver dormindo, muitos estão acordados passando a sua frente”

Aluísio Pereira

RESUMO

VALIDAÇÃO DE ITENS DE QUESTIONÁRIO SOBRE A SATISFAÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS EM HOSPEDAGEM DE HOTÉIS EM ARMAÇÃO DOS BÚZIOS, RIO DE JANEIRO

Hotéis buscam oferecer qualidade em seus serviços como uma maneira competitiva para se diferenciarem uns dos outros. Mas a diferenciação só pode ser verificada por meio da avaliação do serviço prestado. Dessa forma, este trabalho tem como objetivo validar os itens do questionário sobre qualidade de serviços em hospedagens em hotéis em Armação dos Búzios, RJ. O questionário foi elaborado por meio de pesquisas realizadas em bases científicas no Scielo e Scopus. Foram selecionados 32 artigos, que possibilitaram identificar 71 itens, sendo possível agrupá-los em oito dimensões: atendimento, localização, espaço físico, estrutura, meio ambiente, alimentação, limpeza e valor cobrado na diária. Foi aplicado o método de Lawshe para validar os itens do questionário, podendo esses ser mantidos ou excluído de acordo com o resultado. Os dados foram obtidos por meio da aplicação do questionário a 38 hóspedes. Cada critério do questionário foi avaliado tendo três alternativas como respostas: 1- “Não Essencial”, 2- “Essencial” e NS- “Não Sei”. Pode-se concluir que dos 71 itens que constituíram o questionário, 58 deles foram mantidos, destacando-se que, dentre esses, 21 deles

Cem por cento como essencial, segundo os entrevistados. Treze itens, obtiveram um CVR calculado CVR crítico e devem ser excluídos do questionário. O item “academia de ginástica”, referente à quarta dimensão estrutura, obteve o menor percentual entre todos com apenas 10,8% que o considerou como essencial. A redução do número de itens do questionário permitirá em pesquisa futura a redução do tempo de aplicação e dos custos.

Palavras-chave: Hotelaria. Qualidade em Serviços. Método Lawshe. Questionário.

ABSTRACT

VALIDAÇÃO DE ITENS DE QUESTIONÁRIO SOBRE A SATISFAÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS EM HOSPEDAGEM DE HOTÉIS EM ARMAÇÃO DOS BÚZIOS, RIO DE JANEIRO

Hotels seek to offer quality services as a competitive way to differentiate themselves from each other. But the differentiation can only be verified through the evaluation of the service provided. In this way, this work aims to validate the items of the questionnaire on quality of hotel accommodation services in Armação dos Búzios, RJ. The questionnaire was developed through research conducted on scientific bases, where 32 articles were selected that allowed identifying 71 items, which were grouped into eight dimensions: attention, physical location, structure, environment, food, cleanliness and value charged in the daily . The Lawshe method was applied to validate the questionnaire items, the items being able to be maintained or excluded according to the result. The data was obtained by applying the questionnaire to 38 guests. Each criterion of the questionnaire was evaluated having three alternatives as answers: 1- "Not Essential", 2- "Essential" and NS- "I do not know". It can be concluded that of the 71 items that constituted the questionnaire, 58 of them were maintained, highlighting that among these items, 21 presented 100% as essential, according to the interviewees. Thirteen items, obtained a $CVR_{calc} < CVR_{crit}$ where they should be excluded from the questionnaire. The item "academy of gymnastics", referring to the fourth dimension structure, obtained the lowest percentage among all with only 10.8% that considered it essential. With the reduction of the number of items in the questionnaire will allow in future research the reduction of application time and costs.

Key-words: Hospitality. Quality in Services. Lawshe method. Questionnaire.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Região das baixadas litorâneas do Estado do Rio de Janeiro	37
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1:Tendências para o setor hoteleiro em 2019	32
Quadro 2: Questionários aplicados em pousadas participantes da pesquisa - Armação dos Búzios	52

LISTA DE FÓRMULAS

Equação 1: Contente Validity Ratio (CVR)	53
Equação 2: Contente Validity Ratio (CVR) Simplificada.....	53
Equação 3: CVR negativo	54
Equação 4: CVR zero.....	54
Equação 5: CVR Positivo	54
Equação 6: Cálculo do CVRcrítico	55
Equação 7: CVRcrítico	55
Equação 8: CVRcrítico Simplificado.....	56

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Produto Interno Bruto (PIB).....	19
Tabela 2 - Taxa de crescimento da indústria hoteleira (2017 - 2018 - 2019)	31
Tabela 3 - Questionário com as dimensões, os respectivos itens e autores correspondentes.....	45
Tabela 4 - Itens das dimensões do questionário, com suas respectivas porcentagens de respostas (1) Não Essencial, (2) Essencial e (NS) Não sei, de acordo com a percepção dos hóspedes nos hotéis em Armação dos Búzios, RJ	59
Tabela 5 - Na dimensão Atendimento, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit), diferença entre CVRcalculado e CVRcrítico (Dif) e a decisão de manter ou excluir	62
Tabela 6 - Na dimensão Localização, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit), diferença entre CVRcalculado e CVRcrítico (Dif) e a decisão de manter ou excluir	64
Tabela 7 - Na dimensão Espaço Físico, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit), diferença entre CVRcalculado e CVRcrítico (Dif) e a decisão de manter ou excluir	65
Tabela 8 - Na dimensão Estrutura, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit), diferença entre CVRcalculado e CVRcrítico (Dif) e a decisão de manter ou excluir	67
Tabela 9 - Na dimensão Meio Ambiente, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit), diferença entre CVRcalculado e CVRcrítico (Dif) e a decisão de manter ou excluir	68

Tabela 10 - Na dimensão Alimentação (Alimentação e Bebidas), cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit), diferencia entre CVRcalculado e CVRcrítico (Dif) e a decisão de manter ou excluir	69
Tabela 11 - Na dimensão Limpeza, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit), diferencia entre CVRcalculado e CVRcrítico (Dif) e a decisão de manter ou excluir	71
Tabela 12 - Na dimensão Preço Cobrado na Diária, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit), diferencia entre CVRcalculado e CVRcrítico (Dif) e a decisão de manter ou excluir	73
Tabela 13 - Ranking de itens das dimensões com suas porcentagens de respostas essenciais e respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (% essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcalc), valor de CVRcrítico (CVRcrit), diferencia entre CVRcalculado e CVRcrítico (Dif) e a decisão de manter ou excluir	74

LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

A1 - Via Arterial Classe 1

A2 - Tipo de estrutura cristalina

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas

ADR - Alternative Dispute Resolution - Resolução Alternativa de Disputas

BACEN - Banco Central do Brasil

BR - Informante brasileiro

CCSA - Centro de Ciências Sociais Aplicadas

CIDE - Contribuição de intervenção no domínio econômico

DA - Despesas Administrativas

DC - Despesas Comerciais

EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo

EUA - United States of America

FMI - FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL

GU - Guia de Utilização

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Renováveis

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IME - Instituto de Matemática e Estatística

ISBN - International Standard Book Number

ISO - International Organization for Standardization, ou Organização Internacional para Padronização, em português

IVC - Imposto Sobre Venda e Consignação

JLL - Jones Lang LaSalle Hotels

LIMA - Licensing Industry Merchants' Association

MIN - Minutos

MIS - Management Information Systems

NAS - Network Access Server

NS - Não significativo

PIB - Produto Interno Bruto

PR - Razão de desempenho

RAUSP - Revista de Administração da Universidade de São Paulo

RJ - Rio de Janeiro

RPE - Rating of Perceived Exertion

SAGE - SAGE Apoio a Gestão de Eventos

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

STR - Short Tandem Repeats

TMD - Tempo Médio de Deslocamento

UCAM - Universidade Cândido Mendes

USA - United States of America

USP - Universidade De São Paulo

VI - Século 6

WIFI - Abreviatura do termo inglês "Wireless Fidelity", é possível implementar redes que conectam computadores e outros dispositivos a redes privadas, públicas ou globais como a internet.

WTTC – *World Travel & Tourism Council* (Conselho Mundial de Viagens e Turismo)

XVII - Século 17

XVIII - Século 18

XX - Século 20

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	18
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO	18
1.2	O PROBLEMA DA PESQUISA	21
1.3	OBJETIVOS	23
1.3.1	Objetivo Geral	23
1.3.2	Objetivo Específico	23
1.4	JUSTIFICATIVA	23
1.5	ESTRUTURAÇÃO DO TRABALHO	24
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	25
2.1	INDÚSTRIA HOTELEIRA	27
2.1.1	História da indústria hoteleira	29
2.1.2	A indústria hoteleira no Brasil	30
2.1.3	Crescimento e últimas tendências da indústria hoteleira no Brasil	31
2.2	ASPECTOS GERAIS REFERENTES A ÁREA EM ESTUDO	32
2.2.1	Armação dos Búzios no Contexto do Turismo Nacional	33
2.2.2	Armação dos Búzios no Cenário Regional	34
2.2.3	Aspectos Históricos do Município de Armação dos Búzios	35
2.2.4	Aspectos Físicos – Ambientais	37
2.2.5	Aspectos Geofísicos	39
2.2.6	Aspectos Sócioeconômicos	39
2.3	CONCEITO DE SERVIÇOS	40
2.3.1	Definição de qualidade de serviço e satisfação do cliente	41
2.3.2	Mensuração da Qualidade em Serviços	42
3	METODOLOGIA	44
3.1	QUESTIONÁRIO	43
3.2	COLETA DE DADOS	52
3.3	MÉTODO DE LAWSHE	53
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	57
4.1	CARACTERÍSTICAS CONSIDERADAS COMO ESSENCIAIS NAS HOSPEDAGENS EM ARMAÇÃO DOS BÚZIOS - RJ	57
4.2.1	Dimensão Atendimento	62
4.2.2	Dimensão Localização	63

4.2.3	Dimensão Espaço Físico	64
4.2.4	Dimensão Estrutura	65
4.2.5	Dimensão Meio Ambiente	67
4.2.6	Dimensão Alimentação (Alimentos e Bebidas).....	69
4.2.7	Dimensão Limpeza	70
4.2.8	Dimensão Preço cobrado na diária	71
4.2.9	Ranking de Essencialidade dos Itens Julgados	73
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
5.1	CONCLUSÕES.....	79
5.2	TRABALHOS FUTUROS.....	79
	REFERÊNCIAS.....	80

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

De acordo com os dados divulgados por LaSalle (2018), na pesquisa *Hotelaria em Números*, o Brasil tem estado no cenário mundial ultimamente, em grande parte devido a sediar a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016. Sempre que um país recebe estes eventos, deve aumentar sua infraestrutura de hospitalidade, adicionando novos hotéis e quartos, a fim de acomodar um fluxo súbito de visitantes.

Na última pesquisa interativa realizada durante a *HSMIAI Strategy Conference* (HSMIAI, 2018), evento de estratégia de turismo e hotelaria no Brasil, ocorrida em novembro de 2018, dos 170 profissionais e executivos da indústria presentes no evento, 46,9% afirmaram que tinha a expectativa de aumento de faturamento entre 5% a 10%, e 30,6% pretendiam crescer acima de 10%. De acordo com os estudos econômicos, os dados do Banco Central do Brasil (BACEN, 2018), também preveem crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), para os próximos anos (Tabela 1).

Tabela 1 - Produto Interno Bruto (PIB)

Ano	Produto Interno Bruto (PIB)	Inflação
2018	1,30%	4,50%
2019	2,57%	4,03%
2020	2,50%	4,00%
2021	2,50%	3,73%

Fonte: BACEN (2018)

A indústria hoteleira está crescendo e contribuindo com quase 10% do PIB mundial (IBGE, 2018b). Nas últimas décadas, teve grande importância para a economia e sua expansão global vem promovendo um ambiente multicultural em mudança. De acordo com o Relatório Anual do FMI 2018 (FMI, 2018), um grande número de indicadores mostra o sinal de crescimento distribuído de forma desigual nos países em desenvolvimento (6,4%) e nos avançados (2,2%).

Esta indústria é o principal setor de serviços da economia Mundial (LIMA, 2015) uma vez que abrange uma extensa variedade de indústrias de serviços de alimentação, turismo e hotéis. Hotéis são considerados um componente econômico importante para qualquer comunidade. Em alguns casos, cidades e municípios oferecerão incentivos para estimular o seu desenvolvimento (TRENTIN, 2016). Esses incentivos podem ser na forma de incentivos fiscais, arrendamento de terras favoráveis ou assistência com financiamento. De acordo com as informações contidas no artigo publicado do “*Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil*” (LaSalle, 2018), antes de estabelecer incentivos para o desenvolvimento de hotéis, uma cidade ou município deve realizar um estudo de impacto econômico para estimar os benefícios econômicos que resultam do desenvolvimento. Essa avaliação deve avaliar os benefícios econômicos do investimento inicial, tanto no curto prazo quanto no longo prazo. O impacto econômico para as economias locais e regionais do desenvolvimento hoteleiro é tipicamente dividido em quatro categorias: direta, fiscal, indireta e induzida (PEREIRA JUNIOR et al., 2015).

Pereira Junior et al. (2015) relataram que: - O impacto direto inclui todas as receitas projetadas que serão geradas pelos consumidores no novo hotel. Isso incluirá receitas de todos os quartos, receitas de alimentos e bebidas de restaurantes e banquetes, bem como outras fontes potenciais de receita, como *spa* ou estacionamento. O impacto direto também inclui a folha de pagamento total paga aos

funcionários contratados no hotel, bem como toda a folha de pagamento paga aos trabalhadores temporários que constroem o hotel. O impacto fiscal refere-se a todos os impostos federais, estaduais e locais que serão coletados do desenvolvimento e das operações do novo hotel. Os impostos incluem todos os impostos sobre vendas arrecadados em associação com as receitas geradas pelo hotel, bem como todos os impostos sobre folha de pagamento coletados de empregados de hotéis em tempo integral e trabalhadores temporários de construção. Os governos locais também coletarão novos impostos sobre a propriedade da operação do hotel. Muitos governos locais também irão arrecadar receitas através do pagamento de impostos.

O impacto indireto inclui todos os empregos e rendimentos gerados por empresas que fornecem bens e serviços ao hotel. Exemplos de empresas que se beneficiarão indiretamente do desenvolvimento de um hotel incluem fornecedores de quartos relacionados a produtos (serviços de limpeza, comodidades de quartos, etc.), fornecedores de telecomunicações (internet, cabo etc.), empresas de serviços públicos, fornecedores de alimentos e bebidas e outros fornecedores relacionados com hotéis. Impacto induzido refere-se aos efeitos econômicos gerados quando empregados (em tempo integral e temporários) e fornecedores gastam novamente seus salários em compras de consumidores locais. Por exemplo, um funcionário pode comprar gasolina para seu carro a caminho de casa do trabalho (PEREIRA JUNIOR et al., 2015).

O *Pinnacle Advisory Group* (GROUP, 2019), uma empresa de gestão de patrimônio privado, fundada em 1993, conduziu vários estudos de impacto econômico como resultado do desenvolvimento de hotéis. Na maioria dos casos, os impactos diretos e fiscais podem ser calculados com relativa confiança e precisão. Um hotel calculará as receitas em impacto direto, enquanto as projeções de folha de pagamento em tempo integral e temporário podem ser calculadas a partir da preparação de cronogramas de pessoal combinados com o conhecimento dos salários locais (LaSalle, 2018).

O impacto indireto e induzido, por outro lado, envolve certo grau de subjetividade. Embora os gastos com bens e serviços possam ser estimados, é difícil calcular com precisão quanto desses gastos serão gerados por contratados e fornecedores da área local. Impacto induzido, que resulta do gasto de salários em produtos de consumo local, também é difícil de estimar (CHAGAS; FERNANDES, 2014).

O impacto de um hotel para a comunidade local é muitas vezes mais do que apenas criação de empregos e receita fiscal adicional. Quando todas as considerações econômicas são contabilizadas, o cálculo do impacto total direto, fiscal, indireto e induzido pode proporcionar ao público uma compreensão mais universal do impacto do desenvolvimento de um hotel (CHAGAS; FERNANDES, 2014).

O Brasil sofreu reduções consideráveis de desempenho devido à recessão econômica, bem como às flutuações e ao novo impacto na oferta que veio com a realização da Copa do Mundo e das Olimpíadas do Rio (NEWSWIRE, 2018). À medida que o ambiente econômico e a situação da oferta hoteleira continuam se estabilizando, os hotéis estão vendo um crescimento da demanda mais confiável, que está ajudando os níveis de ocupação.

De acordo com os dados dos estudos da NEWSWIRE, (2018), nos 12 meses encerrados em janeiro de 2018, o Brasil apresentou um crescimento de ocupação de 2,3% (para 53,4%), mas uma queda de 11,2% (para R\$ 278,93). Seis dos principais mercados e cidades do país registraram crescimento na ocupação ano a ano próximo, igual ou superior a 10% para esses 12 meses: Belo Horizonte (+ 10,7% para 53,3%), Brasília (+ 10,2% para 48,5%), Manaus (+ 10,0% para 48,6%), Fortaleza (+ 9,8% para 59,3%), Salvador (+ 9,0% para 54,0%) e Recife (+ 8,3% para 56,6%). Enquanto a maioria dos principais mercados e cidades apresentaram comparações negativas nas taxas médias de diárias (TMDs) durante este período de 12 meses, Porto Alegre obteve crescimento de 7,1% nas TMDs em torno de R\$ 241,40 (OTTO, 2019).

Ainda no relatório apresentado pela STR (2018), a queda de 6,8% na ocupação do Rio de Janeiro e a queda de 34,3% na TMD influenciou o desempenho geral do país no período de 12 meses. No entanto, em janeiro de 2018 especificamente, o mercado registrou um salto de 20,7% na ocupação, com um declínio menos dramático na TMD (-6,2%). No geral, oito dos dez mercados e cidades incluídos na análise da STR (2018) mostraram um aumento na ocupação em janeiro. Sete desses mercados e cidades registraram crescimento de TMD, liderado novamente por Porto Alegre (+ 11,7% para R\$233,47).

1.2 O PROBLEMA DA PESQUISA

Os termos turismo e hotelaria são correlacionados e agrupados como uma única indústria. No entanto, são vistas como dois setores individuais. Existem sobreposições entre esses dois. O turismo é definido como as pessoas viajam e vão para os lugares fora de seu ambiente habitual por menos de um ano para realizar seu propósito de negócios e para o lazer e eles não estão empregados em visitas a lugares. Serviço de hotelaria é a provisão de acomodações, locais, refeições e bebidas para as pessoas que estão fora de suas casas. Ambas as indústrias cobrem os restaurantes, acomodações, hotéis e outras atividades de exibição. O turismo não é o sub-setor da hotelaria, apenas uma fonte dos serviços turísticos.

De acordo com Matos et al. (2017), vários estudos têm demonstrado que a melhor qualidade de serviço tem positivamente influenciado cliente nas tomadas de decisões. Mais especificamente, a prestação de serviços de alta qualidade aos consumidores promove lealdade e satisfação do cliente, que, por sua vez, aumenta a lucratividade para o prestador de serviços.

Na indústria hoteleira, a qualidade do serviço tem recebido atenção de pesquisadores e profissionais por causa de seu impacto positivo sobre o desempenho financeiro, satisfação do cliente e retenção (SALLES et al., 2015). A melhoria da qualidade é um fator determinante para o sucesso de uma organização no ambiente de mercado competitivo de hoje (SOUZA, 2011). Portanto, os comerciantes na indústria de serviços devem ficar atentos para a questão da qualidade do serviço.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo do presente trabalho foi avaliar itens de questionário sobre qualidade de serviços em hospedagens em hotéis no município de Armação dos Búzios, segundo a percepção dos hóspedes.

1.3.2 Objetivo Específico

Identificar e apresentar itens de questionário sobre qualidade de serviços em hospedagens em hotéis em Armação dos Búzios.

Propor equações que permitam facilitar os cálculos proposto pelo método de Lawshe

Citar os itens identificados na literatura, verificando os que foram mantidos e excluídos.

1.4 JUSTIFICATIVA

Diante da relevância e necessidade de melhoria da qualidade nos serviços prestados pela indústria hoteleira, quanto ao atendimento a seus hóspedes e dado o grande volume dessas indústrias no Brasil, justifica-se a aplicabilidade de uma pesquisa, aqui proposto com o método de Lawshe, em um ponto de bastante procura entre os turistas, o município de Armação dos Búzios – RJ. De posse das informações coletadas na pesquisa é possível para as empresas desse município, na composição a nível estratégico, embasadas com informações relevantes, diminuir os impactos negativos, solucionar problemas, investir em treinamentos, o que resultará em melhorias na qualidade de atendimento e principalmente no ganho de qualidade em

seus serviços de forma geral. A presente dissertação, fundamenta-se pela questão central da informação como base para tomada de decisões assertivas que utiliza a pesquisa como instrumento de coleta de dados, destacando assim a relevância do tema e a viabilidade desta questão.

1.5 ESTRUTURAÇÃO DO TRABALHO

O presente trabalho está dividido em cinco capítulos, de forma a facilitar a visualização de partes específicas deste estudo.

No primeiro capítulo apresenta-se Introdução, justificativa e objetivos (gerais e específicos) do tema trabalhado, com seus problemas encontrados.

No Capítulo 2, é abordada a Fundamentação Teórica, com a apresentação do município Armação dos Búzios – RJ, cidade onde foram coletados os dados das hospedagens para realização do trabalho.

O Capítulo 3 trata-se especificamente dos procedimentos metodológicos, questionário da pesquisa e coleta de dados. Neste capítulo também tem destaque o modelo de Lawshe.

No Capítulo 4, apresenta-se a Análise de Discussão dos resultados obtidos a partir do estudo realizado.

Para finalizar, o Capítulo 5 apresenta as conclusões obtidas pelo trabalho e as propostas de trabalhos futuros.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Estudos foram conduzidos usando o método de Lawshe para seleção e elicitação de pesos em critérios de problemas com múltiplos decisores (VEGA, 2019). Neste capítulo serão abordados conceitos dos principais temas deste estudo.

Segundo Chies et al. (2016), para que se consiga a vantagem competitiva e a satisfação dos hóspedes, a avaliação contínua da qualidade dos serviços prestados representa uma das mais importantes estratégias. Ainda de acordo os autores, nos dias atuais os consumidores consultam outras pessoas que já tenham experimentado um serviço ou um produto, antes de adquiri-lo. Dessa forma nota-se que os clientes não avaliam somente os aspectos tangíveis de um serviço ou um produto, mas é realizada uma análise nos intangíveis.

Os consumidores estão mais informados devido às formas de consultas que podem ser realizadas nos dias atuais. Dessa forma, uma crítica em relação aos bens que adquirem está maior. Isso, segundo Rodrigues (2015), dá-se devido à globalização que possibilitou uma grande difusão dos meios de comunicação.

Uma empresa sobrevive em um mercado competidor como o hoteleiro, por meio de um produto/serviço de qualidade ofertado a sua clientela. O prestador de serviço deve proporcionar ao cliente algo que ultrapasse suas expectativas, ou seja, encantá-lo. De acordo com Souza (2011), é necessário que a empresa seja cuidadosa no atendimento, visando a melhoria dos processos.

Com o objetivo de captar as percepções dos hóspedes, os hoteleiros devem descobrir meios que possam diferenciar seus serviços e produtos de seus concorrentes isso devido à existência de uma indústria hoteleira com grande

competição. Logo os hoteleiros precisam entender as necessidades dos clientes onde eles poderão atendê-las ou superá-las (OLIVA; DÍAZ, 2015).

Os gestores podem identificar, priorizar, e assim melhorar as áreas operacionais onde há deficiências. Para isso o indicador de qualidade global do serviço pode ser analisado de forma dinâmica e identificar as percepções dos clientes em relação à qualidade nos serviços dos hotéis cujo objetivo é a melhor adequação dos esforços para uma boa propaganda (marketing) do estabelecimento (LIMA, 2015).

Para Oliver (2010), quanto maior o prazer que o cliente tem ao consumir um produto/serviço, maior será a satisfação. Para ele a satisfação é a manifestação da realização do cliente (CAVALCANTE; SHIMOYA; RIBEIRO, 2017).

Dados levantados em estudos realizados desde 1994 sugerem que os clientes possuem intenção de recomendar um produto/serviço em função da percepção deles em relação à satisfação e qualidade de serviços relacionados à experiência da estada. Há uma relação positiva entre satisfação do cliente e a sua lealdade com o estabelecimento de hospedagem (GONÇALVES, 2018).

Compreensão das necessidades do cliente e resolução dos seus problemas são apontados como destaques em uma lista de fatores que influenciam na qualidade do relacionamento entre hóspede e setor hoteleiro. Qualidade no atendimento gera satisfação, confiança e logo aumento nas vendas fazendo um relacionamento contínuo com a empresa e uma boa divulgação “boca a boca” do serviço (GONÇALVES, 2018).

O estado emocional em que o cliente se encontra contribui para a sua resposta em relação a sua satisfação. Com isso, para compreender a qualidade da experiência de cada hóspede, deve-se observar analisar e avaliar a sensação deste quando utiliza do serviço. Para isso é necessário confronto entre desempenho percebido de um serviço/produto com as suas expectativas esperadas e conseguidas (LIMA, 2015).

Quando um cliente começa a adquirir um produto com certa regularidade há uma tendência que o consumidor esteja ficando fiel a essa marca. A satisfação de um cliente faz como que apareça uma série de consequências sobre o comportamento dele, além de uma excelente propaganda do produto/serviço (SOUZA, 2011).

Presentes como chocolates, vinhos e doces colocados nos apartamentos são considerados itens surpresa valorizados pelos clientes. Porém os estabelecimentos de hospedagem necessitam de atributos essenciais como mobília e higienização adequada para o uso de quem contratou, considerados como de nível básico pelo

autor. Atributos que fazem parte da experiência do hóspede, onde podem se destacar lavanderia e restaurante, fazem parte do chamado nível esperado. São atributos que não fazem parte da experiência do cliente, mas quando estão associados são importantes na composição do serviço ao hóspede. Destacam-se, nesse caso, informações das programações e atrativos da cidade, restaurantes associados que concedem descontos para o hóspede que está estabelecido no hotel e descontos para clientes fidelizados. A esses atributos, há uma definição de nível desejado (GONÇALVES, 2016).

Atividades consideradas “verdes” são grandes propagandas em operações hoteleiras (OLIVA; DÍAZ, 2015). Isso faz que alguns hoteleiros operem com uma gestão ambiental devido a razões econômicas, ou para construir uma imagem positiva e apresentar uma imagem positiva a quem se hospeda. O ISO 14001 (padrão de gestão ambiental) está sendo adotado por alguns hotéis (TRENTIN, 2016). De acordo com Trentin (2016), é necessário o desenvolvimento de um sistema integrado de política e práticas que aglomerem gerenciamento do hotel, funcionários juntamente com todas as partes envolvidas com a proteção ambiental e sustentabilidade atreladas às atividades de treinamento. Logo a importância de captar a percepção do hóspede quanto à gestão ambiental em relação aos estabelecimentos de hospedagem e justificar sua importância em um modelo de avaliação de qualidade.

Para Souza (2011), hotéis com uma estrutura moderada e amenidades simples, os hóspedes ficam satisfeitos desde que sejam tratados com receptividade e de uma forma hospitaleira.

Assim o grau de satisfação que o cliente esteve hospedado está associado à qualidade do meio de hospedagem onde o mesmo independe da categoria do estabelecimento. Sua satisfação está atrelada o que ele de fato recebeu e o que deseja receber com o produto/serviço (GONÇALVES, 2018).

2.1 INDÚSTRIA HOTELEIRA

Esta seção descreve o conceito de hotelaria, a partir de uma apresentação da visão geral da indústria hoteleira, sua história, além de informações sobre seu crescimento e tendência. Quando a maioria dos turistas planeja suas viagens, um dos primeiros passos é procurar o hotel e reservar o quarto que fique localizado perto do

lugar onde eles querem visitar. O hotel não é tão simples quanto um prédio, mas, sim, uma indústria que emprega muitas pessoas (RODRIGUES, 2015).

Comida, alojamento e vestimenta são as três coisas mais essenciais do ser humano (MADANÇOS, 2015). A indústria hoteleira sozinha fornece duas coisas básicas: comida e acomodação. Então, o que é a indústria hoteleira? É uma parte do setor da hospitalidade. Trata-se de um termo genérico para uma ampla variedade de serviços indústrias incluindo, mas não se limitando a hotéis, pousadas e restaurantes. Hotel é frequentemente referido como uma casa longe de casa. Se considerarmos o significado de hotel no dicionário Aurélio (1987), um hotel é um edifício onde se paga para ter um quarto para dormir, onde pode comer refeições (LIMA, 2015).

De acordo com Madanços (2015), a economia da gestão hoteleira, o hotel é o lugar onde o turista deixa de ser o viajante e se torna um convidado. Hotéis costumam oferecer uma completa variedade de acomodações e serviços, que podem incluir suítes, jantar público, instalações, salões e instalações de entretenimento. Considera-se como uma indústria cujo objetivo principal é também para obter lucros para os hoteleiros, embora isso possa mudar às vezes. Portanto, um hotel deve fornecer comida, bebida e hospedagem aos viajantes mediante pagamento e, por sua vez, o direito de recusar se o viajante estiver bêbado, não seguir a regra do hotel ou não pagar a taxa de serviço. Hotéis tradicionais oferecem quartos e restaurantes. Hotéis adicionais obtêm receitas também de serviços de chamadas telefônicas, serviços de lavanderia, serviços de viagens, serviços de Internet e de lazer, além de atividades de entretenimento. (GROUP, 2019).

2.1.1 História da indústria hoteleira

O hotel é talvez uma das indústrias mais antigas do mundo. A história dos hotéis está conectada estreitamente às civilizações da humanidade. De acordo com alguns documentos, a primeira pousada apareceu no século VI a.C, quando alguns casais ofereceram grandes salas para os viajantes para beber e todo o serviço foi feito pelos proprietários. Desde os primeiros tempos bíblicos, os gregos desenvolveram banhos termais em aldeias para descansar. Mais tarde, os romanos construíram mansões para fornecer alojamento para os negócios do governo. Os primeiros banhos termais da Inglaterra, Suíça e Oriente Médio foram desenvolvidos pelos Romanos na idade média. Religiosos construíram pousadas para atender seus colegas em viagens. No início, as pousadas não ofereciam refeições. Eles apenas forneciam abrigo (RODRIGUES, 2015; GONÇALVES, 2018).

Viajar tornou-se popular nos séculos XVIII e XIX e o impacto da revolução industrial na Inglaterra se espalhou amplamente que levou à mudança de viagens sociais ou governamentais para negócios. A necessidade de serviço rápido e limpo o tempo todo foi surgindo. O nascimento da indústria hoteleira teve lugar na Europa. No início do século XV, na França, pela primeira vez, havia uma lei exigindo que os hotéis mantivessem um registro. Durante esse período, os primeiros guias para viajantes foram publicados. Regras inglesas para pousadas foram introduzidas naquele tempo. Ao mesmo tempo, cerca de 1500 *spas* termais foram desenvolvidos (RODRIGUES, 2015; GONÇALVES, 2018).

No entanto, o crescimento real da moderna indústria hoteleira teve lugar nos EUA pela abertura *DeoCity Hotel* em Nova York no ano de 1794. Surgiu o crescimento de atividade de hotelaria em cidades diferentes. Alguns dos melhores hotéis dos EUA foram construídos nessa época, mas o verdadeiro “boom” veio no início do século XX. Esse período também viu um início de operações em cadeia sob a orientação de *Sattler* que se espalharia em todos os continentes. Envolveram grandes investimentos, lucros e profissionais treinados para administrar o negócio hoteleiro. Arquitetos, designers, desenvolvedores, engenheiros, gerentes, entre outros. Percebem que o gosto dos convidados poderia ser diferente, de acordo com seus desejos ou necessidades. Portanto, eles têm que pegar novas tendências, definir

critérios, apresentar padrões modernos para melhorar a qualidade de vida nos hotéis (RODRIGUES, 2015; GONÇALVES, 2018).

Neste cenário encontra-se a indústria hoteleira brasileira onde será caracterizada a seguir.

2.1.2 A indústria hoteleira no Brasil

De acordo com o relatório apresentado pela STR (2019), um aumento de dois dígitos, aproximadamente 10 %, na ocupação durante janeiro de 2018 foi uma das evidências da recuperação do desempenho dos hotéis no Brasil.

No entanto, os primeiros sinais de recuperação do desempenho são visíveis no crescimento da ocupação no acumulado do ano em nove cidades brasileiras diferentes - assim como no crescimento de dois dígitos (+ 10,4%) registrado em nível nacional para outubro, especificamente. As maiores taxas de crescimento de ocupação no período acumulado de outubro foram registradas em Belo Horizonte (+ 9,5%), Salvador (+ 8,1%) e Brasília (+ 8,1%) (STR, 2019).

Muitos especialistas perguntam sobre o crescimento da Taxa Média de Diária (TMD), pois o retorno ao crescimento da ocupação também pode apontar para um retorno iminente ao crescimento deste indicador financeiro, especialmente porque o ambiente econômico continua se estabilizando e os hotéis podem ver uma demanda estável (STR, 2019).

A ideia de que o Brasil chegou ao fundo desse indicador (TMD) é apoiada por tendências históricas. Ao analisar os dados a partir de janeiro de 2012, estes são de que os níveis recentes das TMDs no país estão próximos dos limites. Enquanto as comparações ano após ano continuam negativas para a TMD, os níveis absolutos aumentaram a cada mês desde agosto (STR, 2019).

Com o mix de crescimento de ocupação e queda da TMD, sete cidades apresentaram aumento na receita por quarto disponível nos primeiros 10 meses de 2017, liderados por Fortaleza (+ 6,4%) e Belo Horizonte (+ 5,6%). O Rio de Janeiro (- 44,7%), ainda muito afetado pelas comparações dos meses olímpicos, obtém um percentual negativo (STR, 2019). Hotéis em São Paulo já mostraram resiliência em

2018, com o RevPAR (receita por disponibilidade Sala). Agora é esperado crescer um pouco acima da marca de 2,0%, principalmente devido à demanda renovada.

Segundo previsões para os projetos de 2019 continuará a crescer, entre 1,5% e 2,0%, mas o crescimento de ADRs em torno de 3,0% provavelmente será o principal impulsionador do desempenho geral. Há, no entanto, alguns riscos ascendentes ligados ao impacto de eventos na cidade, o que pode resultar em um crescimento mais forte, especialmente à medida que o Brasil se afasta da recessão (STR, 2019).

2.1.3 Crescimento e últimas tendências da indústria hoteleira no Brasil

Em 2009, devido à desaceleração econômica em todo o mundo, a indústria hoteleira enfrentou dificuldades que revelaram na diminuição de todos os indicadores financeiros em quase todo o mundo. Para superar a crise, a indústria hoteleira teve que aplicar muitos métodos para reduzir o custo tanto quanto possível, bem como greve para equilibrar com impacto na satisfação do cliente. Como resultado, desde 2010, a indústria hoteleira teve o crescimento positivo nos principais indicadores de desempenho, tais como ocupação (Occ), taxa média diária (ADR) e receita por disponibilidade Sala (RevPAR) (MADANÇOS, 2015; STR, 2019) (Tabela 2).

Tabela 2 - Taxa de crescimento da indústria hoteleira (2017 - 2018 - 2019)

	Perspectivas STR		
	2017 Forecast	2018 Forecast	2019 Forecast
<i>Supply</i>	+2.0%	+2.2%	+2.4%
<i>Demand</i>	+1,7%	+2.2%	+2.4%
<i>Occupancy</i>	-0.3%	-0.2%	-0,1%
ADR	+2.5%	+2.7%	+2.9%
RevPAR	+2,2%	+2,5%	+2,7%

Fonte: STR (2019)

Pode-se observar no Quadro 1, a tendência e uma breve descrição para o setor hoteleiro em 2019.

Tendência	Breve descrição
Experiências personalizadas	Experiências novas de acordo com a preferência dos hóspedes (saudações personalizadas, produtos exclusivos e outros).
Ambiente caseiro	Tornar o ambiente uma extensão da casa (adicionar uma máquina de café pode tornar o ambiente mais agradável)
Roteiro de final de semana	Para chamar a clientela, poderá haver pacotes promocionais somente para os finais de semana com um ambiente atrativo, recreação, entre outros.
Personalizar o entretenimento	Netflix, Amazon Prime Streaming e outros com o conteúdo do hóspede
Integração	Integração de ambientes para que o hóspede conheça a cultura local.
<i>Millenials</i>	Conhecendo esse tipo de viajante, que compõe grande parte dos viajantes, podem ser oferecidos serviços diferenciados para aumentar a demanda de hóspedes.
Ecoturismo	Aposta em viajantes que queiram conhecer lugares diferentes em meio à natureza.

Quadro 1: Tendências para o setor hoteleiro em 2019

Fonte: Autor (2019)

2.2 ASPECTOS GERAIS REFERENTES A ÁREA EM ESTUDO

Para a caracterização do município em estudo foi utilizado o Plano Diretor da Prefeitura Municipal de Armação Dos Búzios – PMAB e dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) referentes a 2018 (PREFEITURA DA CIDADE DE ARMAÇÃO DOS BÚZIOS, 2013; IBGE, 2018b).

2.2.1 Armação dos Búzios no Contexto do Turismo Nacional

A chamada indústria do turismo, com seu vasto leque de produtos e serviços, é um dos setores que mais cresceram nas últimas décadas em todo o mundo, contribuindo como fonte de geração de rendas individuais e empresariais, de ingresso de divisas na balança de pagamentos, receitas para os cofres públicos, sem, contudo, deixar de considerar, a sua expressividade como manancial da geração de empregos. O turismo é o setor que mais contribui para a economia mundial, atingindo o patamar de 10,4 % do Produto Interno Bruto (PIB), de acordo com estudo da *World Travel & Tourism Council*, além de movimentar bilhões de dólares por ano (WTTC, 2017).

A vitalidade da atividade turística demonstra possuir sua própria dinâmica e justificativa social. Surgem benefícios para a sociedade como um todo, principalmente através da alavancagem econômica, onde alguns são de fácil percepção por serem diretos e outros indiretos, porém não menos importantes.

De acordo com SEBRAE (2017), em termos econômicos, a importância do turismo pode ser analisada em diversos pontos, onde se destacam: geração de receitas anuais com milhões de dólares; o turismo internacional e interno, que juntos movimentam receitas de trilhões de dólares; um forte gerador de empregos no mundo; indutor e multiplicador de investimentos; instrumento de amenização de desequilíbrios regionais; proporciona impactos positivos nos setores primário, secundário e terciário; a capacidade de contribuir para o equilíbrio do balanço de pagamentos; a contribuição para o aumento da arrecadação de impostos; a contribuição para a melhoria de vida das populações, através de seus efeitos multiplicadores de renda, produção e emprego.

O Brasil situa-se nesse cenário global como um dos países com maior potencial natural, com seus 7400 Km de litoral, com várias e vastas praias de areia branca, 73 parques nacionais, diversos parques estaduais e reservas biológicas; 70 cidades históricas, clima predominantemente tropical, florestas tropicais que favorecem a expansão do turismo brasileiro e conseqüentemente, a alavancagem da economia nacional. Contudo, apesar desses indicadores, o atual panorama do turismo ainda é considerado bastante tímido pelos agentes econômicos (THEORGA; MOTA, 2016).

Nesse contexto, o potencial turístico depende de investimentos em infraestrutura, hospitalidade, que envolve além da hospedagem, os serviços conexos,

bem como pessoal qualificado para explorar esse potencial. Isso se dá em regiões cuja vocação turística é evidente, mas que sem um esforço coletivo do setor público junto com setor privado, ficaria impossível promover um turismo de qualidade (IBGE, 2018b).

2.2.2 Armação dos Búzios no Cenário Regional

Considerado como a segunda maior economia nacional, o Estado do Rio de Janeiro (IBGE, 2018b) possui um grande potencial turístico, além de um relevante parque industrial. Nele estão concentradas as maiores jazidas de petróleo do país, localizadas na plataforma continental ao nordeste, na Bacia de Campos. Originário de partes das capitanias de São Tomé e de São Vicente, entre 1555 e 1567, o território foi ocupado pelos franceses. A partir do século XVII, os ciclos da pecuária, cana-de-açúcar e mineração influenciaram sobremaneira o desenvolvimento da região e do hoje Estado do Rio de Janeiro.

Em 1763, passou a sediar a capital do reino e, com a mudança da família real para o Brasil, em 1808, a região foi beneficiada como sede do reino. Em 1834, a cidade do Rio de Janeiro foi transformada em município, permanecendo como capital do país, enquanto a capitania passou a província, com sede em Niterói. (IBGE, 2018b)

Em 1975, os estados da Guanabara e do Rio de Janeiro fundiram-se com o nome de Estado do Rio de Janeiro, tendo a cidade do Rio de Janeiro como capital.

No entanto, quando a palavra é turismo, o litoral do Estado do Rio de Janeiro apresenta trechos diferentes de formação litorânea. O primeiro é caracterizado pela presença de, baixadas, tabuleiros e restingas, que vai do Delta do Rio Paraíba do Sul, na região Nordeste do estado, até à cidade de Arraial do Cabo, 180 Km ao Norte da cidade do Rio de Janeiro, local escolhido por Américo Vespúcio, como ancoradouro, quando ali chegou e fundou a primeira feitoria do Brasil, em 1503. Esta região é denominada Costa do Sol e inclui praias famosas como Búzios, Arraial do Cabo e Cabo Frio. (IBGE, 2018b)

Outra região de alto valor turístico no estado se estende da Ilha de Itacuruba até a região de Parati, ao sul, o segundo tipo de litoral, caracteriza-se pelo mergulho da Serra do Mar no Oceano trecho conhecido como Costa Verde. Esta região

apresenta praias e cordões arenosos estreitos, localizados na base de escarpas ou acompanhando as pequenas planícies (EMBRATUR, 2018).

Situado na chamada Costa do Sol, o município de Armação dos Búzios é um dos que mais contribuem para a receita do turismo do estado do Rio de Janeiro.

2.2.3 Aspectos Históricos do Município de Armação dos Búzios.

Logo que chegaram ao Brasil, mais precisamente entre 1501 e 1502, os portugueses realizaram uma expedição de reconhecimento do litoral brasileiro, batizando Cabo Frio e Búzios de Baía Formosa. Com a divisão do Brasil em capitânicas hereditárias, a ponta de Búzios foi incluída na segunda porção da capitania de São Vicente não tendo sido colonizada. (IBGE, 2018b)

O tráfico do pau-brasil, entre os anos de 1580 e 1640, foi o alvo deste município que foi ocupado por religiosos, a partir do século XVII. No século XVIII surge a aldeia de Armação, devido à pesca da baleia, onde é capturada e tratada na praia de Armação. Com isso, a praia recebe o nome de praia dos Ossos, devido os esqueletos das baleias serem jogados pelos pescadores após retirar o que necessitavam. (IBGE, 2018b)

A praia de Armação foi o local onde a pesca de baleias foi intensa, a ponto de a partir de 1768, quando os norte-americanos passaram a explorá-la, a espécie ter chegado praticamente à extinção da espécie. (PMAB, 2018)

Algumas localidades de Búzios tiveram seus nomes vindo do vocabulário indígena. Cita-se como exemplo, Jeribá ou Jerivá que é uma palmeira comum na área litorânea, cujos coquinhos são de alto teor nutritivo. (PMAB, 2018)

De acordo com dados da secretaria de planejamento e urbanismo de Búzios (SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E PROJETOS, 2017), durante o império, homens livres sem-terra e famílias pobres apropriaram-se de pequenas áreas em torno do estabelecimento baleeiro e passaram a se dedicar à pesca, à agricultura e à produção de farinha de mandioca em busca de sobrevivência econômica. A praia de rasa, ponto de desembarque clandestino de negros, compreende a área de ocupação antiga do município, onde existiu até mesmo um quilombo.

Ao longo do século XX, Armação de Búzios vivenciou alguns ciclos econômicos, onde nas duas primeiras décadas sobrevivia da comercialização do peixe salgado e da plantação de bananas. Na década de 1920, o cultivo da banana acelerou a agricultura local, mas um incêndio que destruiu a plantação da fazenda Campos Novos, acabou com o projeto. Nesse período, Búzios era um local sem infraestrutura urbana e suas praias eram de difícil acesso. As moradias eram humildes e a única festividade era a festa local dedicada a Sant'Anna. (SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E PROJETOS, 2017).

A fase moderna de Búzios teve início quando os herdeiros de Hanold, o alemão dono da fazenda Campos Novos, decidiram tomar conta daquelas terras, percebendo seu potencial.

Na década de 1950, por iniciativa das famílias Sampaio e Ribeiro Dantas, Búzios começou a receber estrutura básica, tendo finalmente sua primeira avenida no ano seguinte (1951) surge a primeira linha de ônibus Cabo Frio - Búzios, facilitando o acesso da população aos serviços médicos, educacionais e públicos. Bento Ribeiro Dantas, empresário da aviação, faz uma casa em Manguinhos e começa a atrair turistas para esta região. A partir daí o município cresce na década de 1960, com a visita da atriz Brigitte Bardot onde se encanta pelo lugarejo e suas praias, o mundo inteiro passa a conhecer a localidade entrando no roteiro do turismo internacional. (SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E PROJETOS, 2017).

Nesse tempo, o núcleo central da cidade limitava-se à “praia dos Ossos”, que disputava com Manguinhos, outro ponto de concentração onde hoje é a Rua das Pedras, naquele tempo sem pedras, havia apenas uma igreja, a casa-pousada do Ramón e a dos Búzios. A inauguração da ponte Rio - Niterói, na década de 1970, contribui para impulsionar o turismo e a consequente ocupação no 3º distrito de Cabo Frio.

Nos fins da década de 1980, moradores locais e veranistas proprietários, insatisfeitos com o tratamento dado por Cabo Frio a Búzios, iniciaram o processo de emancipação. Em dezembro de 1995, foi criado o município de Armação de Búzios, após mais de 10 anos de reivindicação da população e de um plebiscito com mais de 96% de votos favoráveis. Em 1996, Búzios elegeu seu 1º prefeito e a partir daí, ocorreu o chamado “boom” de crescimento, mesmo que de forma desordenada. (SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E PROJETOS, 2017).

2.2.4 Aspectos Físicos – Ambientais

O Município de Armação dos Búzios está incluído na Região dos Lagos e faz parte da Região das Baixadas Litorâneas do Estado do Rio de Janeiro, composta por 12 municípios: Araruama, Armação dos Búzios, Arraial do Cabo, Cabo Frio, Cachoeiras de Macacu, Casimiro de Abreu, Iguaba Grande, Rio Bonito, Rio das Ostras, São Pedro da Aldeia, Saquarema e Silva Jardim.



Figura 1 – Região das baixadas litorâneas do Estado do Rio de Janeiro

Fonte: IGBE (2018)

A delimitação do Território do município, desde logo, revela o problema da imprecisão de seu limite com Cabo Frio, havendo inclusive um problema legal a ser resolvido. Em razão da polêmica relacionada ao bairro da Rasa, visto que parte do mesmo pertence a Cabo Frio e outra parte a Búzios, a superfície do município varia entre 69,28 Km²; 71,1 Km² e 86 Km².

Armação dos Búzios possui as coordenadas geográficas 22°44'49" de latitude sul e 41°52'54" de longitude oeste com uma altitude média de 3 metros. Limita-se a noroeste, oeste e sudoeste com o município de Cabo Frio e a norte, leste, sudeste com o Oceano Atlântico.

A distância do município para o Rio de Janeiro é de 170 Km, sendo o acesso a Búzios é feito pelas rodovias BR-101 e RJ-124, a partir de Niterói, em direção ao litoral norte do estado.

2.2.5 Aspectos Geofísicos

Um dos maiores desafios para uma política de investimentos em turismo, é conhecer o funcionamento dos ecossistemas, bem como prognosticar cenários futuros em conformidade à sua capacidade de suporte.

Os diferentes e variados ecossistemas do município de Armação de Búzios apresentam potencial de carga, fragilidade e características ambientais diversas, demandando conhecimento profundo dessa realidade. Assim é necessária uma análise individual de cada um, como também, uma visão holística, tendo em vista os objetivos e planejamento ambiental, urbanização e desenvolvimento regional.

Segundo técnicos do IBAMA (2014), a temperatura média anual, associada à limitação de chuvas e à frequência e intensidade dos ventos geram altas taxas de evapotranspiração e déficit hídrico para os solos da região, prejudicando o funcionamento dos ecossistemas expostos aos ventos mais frequentes, secos e transportadores de aerossóis marinhos. Por outro lado, a reduzida oscilação térmica diária, associada a esses ventos, causa uma permanente sensação de conforto térmico e favorece os esportes, contribuindo para o favorecimento de atividades esportivas como “velejar”, “esquiar”, além do ecoturismo, que começa a ser explorado na região.

2.2.6 Aspectos Sócios – Econômicos

A partir da década de 1970, o município de Armação dos Búzios experimentou um acelerado crescimento, dando um salto demográfico, de 4.108 em 1970 (CIDE, 2001) para 30.419 habitantes em 2014 (IBGE, 2018a). Durante a alta temporada período entre dezembro e março esse número se multiplica.

De acordo com os dados da EMBRATUR (2018), Armação Búzios pode ser caracterizada, como cidade urbana. A agricultura é pouco representativa e a pesca foi bastante reduzida. No que toca aos dados, só agora a prefeitura está mobilizando para organizar, que ainda são imprecisos, principalmente os que quantificam as atividades do comércio. O maior impacto econômico, segundo os poucos dados

disponíveis, são decorrentes do turismo e do setor imobiliário, os que mais geram empregos. A cidade também é beneficiada pelos royalties do petróleo.

Segundo dados do SEBRAE (2017), a infraestrutura básica é deficiente e os problemas se agravam na alta temporada, sendo que um dos mais graves se refere ao fornecimento de água, que em muitos locais é insuficiente.

2.3 CONCEITO DE SERVIÇOS

Embora existam muitas definições da palavra, de acordo com Gonçalves (2018), serviço é o “processo de fazer algo por alguém”, é o ato de lidar com uma tarefa. É o bem intangível que certas indústrias fornecem, incluindo a indústria hoteleira. O serviço básico, o nível 1 é o setor de alimentos da empresa hoteleira, onde os funcionários têm pouca interação com os hóspedes. À medida que as pessoas gastam mais dinheiro em sua experiência, esperam mais. Os hóspedes não estão apenas esperando por melhores acomodações tangíveis, eles esperam que a experiência intangível seja inesquecível - o serviço é levado ao próximo nível. Esta é hospitalidade, e é daí que vem o valor de um hotel.

A hospitalidade se exhibe em interação, pode ser fazendo o *check-in* de um hóspede, o funcionário limpando o quarto, fazer um pedido de refeição no restaurante, um pedido de bebidas ou qualquer outra oportunidade que surja para ajudar um hóspede.

2.3.1 Definição de qualidade de serviço e satisfação do cliente

A qualidade do serviço e a satisfação do cliente são essenciais para a sobrevivência do serviço. Ambos são intangíveis, mas a definição exata ainda é uma questão controversa. A satisfação do cliente é um conceito psicológico que envolve a sensação de bem-estar e prazer que resulta de obter o que se espera e espera de um produto atraente e / ou serviço (GONÇALVES, 2018). Para Gonçalves (2016), a definição de satisfação do cliente é baseada no ponto de vista de confirmação da expectativa. Antes de comprar ou usar o produto ou serviço, os clientes sempre têm suas expectativas pessoais sobre seu desempenho. Depois de comprar ou usar produto ou serviço, se o resultado for igual ou melhor do que a expectativa, significa que a confirmação foi positiva. No caso oposto, se o resultado for menor do que a expectativa, tem-se uma confirmação negativa. Diz-se que os clientes estão satisfeitos apenas se houver confirmações positivas de expectativa. No entanto, em qualquer caso, o nível de satisfação do cliente é diferente entre clientes porque cada um deles possui suas necessidades pessoais, demandas e experiências.

A qualidade dos produtos e serviços é exigente pelos clientes do que nunca. Frequentemente é utilizada a palavra “qualidade”, mas nem todas as pessoas realmente entendem o que é qualidade. Algumas pessoas confundem qualidade com luxo ou durabilidade. Talvez mais do que algumas vezes na vida, é comum uma lamentação por exageros com gasto para coisas que não são “merecidas” com o seu preço ou estar desapontado e dizer que algo é de “baixa qualidade”. No dicionário, a qualidade é definida como “excelência geral padrão ou nível” ou “um nível de superioridade geralmente alto”.

De acordo com Lima (2018), a qualidade é definida em diferentes abordagens. Para uma abordagem transcendente, “a qualidade é sinônimo de excelência inata, absoluta e universalmente reconhecível”. De acordo com esse ponto de vista, um produto ou serviço é chamado de qualidade se atende aos padrões ou obtém o mais alto padrão. Nesse caso, a qualidade age como um julgamento de valor global relativo.

A pesquisa conduzida por Parasuraman et al. (1985) identificou a existência de quatro tipos de serviços diferentes: banco de varejo, cartão de crédito, corretagem de títulos e produto reparo e manutenção. Nessa pesquisa, independentemente do tipo de serviço, os clientes usaram basicamente os mesmos critérios gerais para avaliar a

qualidade do serviço. Para abordagem baseada no usuário, a qualidade é “está nos olhos de quem vê”. Isso significa qualidade dependendo da satisfação do cliente. Com o mesmo produto ou serviço, algumas pessoas elogiam por qualidade, mas para os outros é ruim. De outro ponto de vista, a qualidade do serviço é uma maneira de gerenciar processos de negócios para garantir total satisfação ao cliente em todos os níveis (interno e externo). É uma abordagem que leva a um aumento da competitividade, eficácia e flexibilidade de toda a empresa.

2.3.2 Mensuração da Qualidade em Serviços

Compreender a satisfação do cliente torna-se cada vez mais importante, permitindo que a empresa saiba como o cliente define o serviço e a qualidade dos produtos, facilita o desenvolvimento de questionários de satisfação do cliente (CELESTINO, 2018). Por outro lado, tem impacto na repetição da compra e nas recomendações boca a boca (GONÇALVES, 2018)

A medição também ajuda a organização a comparar a diferença antes e depois das mudanças, identificar o padrão de prestação de serviços e também é uma boa chance de reconhecer problemas relacionados à qualidade do serviço. Portanto, a medição da qualidade do serviço e do cliente, beneficia a empresa de forma qualitativa e quantitativa ganhando alto nível de qualidade de serviço e satisfação do cliente igual à melhoria na fidelidade do cliente, participação de mercado aumento, maior retorno do investimento, redução de custos e garantia de vantagem competitiva (GRÖNROOS, 1984) e tendo um impacto positivo na satisfação do empregado.

Para os hotéis de três estrelas ou acima, a medição da qualidade do serviço é uma maneira de provar sua qualidade e é um dos métodos de marketing do hotel. As dez primeiras posições em sites de classificação de hotéis são o alvo comuns de milhares de turistas, porque essas posições são consideradas como o certificado para o serviço de qualidade de seus hotéis. É comum que os turistas que se importem sobre a alta qualidade, vejam apenas algumas páginas iniciais que mostram as posições mais altas. Tendo o nome aqui se torna uma vantagem competitiva e ajuda os hotéis a atrair mais visitantes.

Está claro que os sistemas de classificação de hotéis incentivam os operadores de hotéis a melhorar sua qualidade de levar a mudanças no desempenho do hotel. De acordo com BASTIANI e MACEDO (2016), que tiveram o estudo publicado na revista de gestão e tecnologia do sistema brasileiro de classificação dos meios de hospedagem (*SBC/ass*) na perspectiva dos hóspedes, cerca de 70% dos que participaram da pesquisa levaram em conta o número de estrelas associadas ao local onde se hospedam. Essas razões são algumas motivações para os pesquisadores tentarem descobrir os modelos de satisfação do cliente e qualidade de serviço em diversos setores.

3 METODOLOGIA

3.1 QUESTIONÁRIO

O estudo foi realizado em hotéis na cidade de Armação dos Búzios, Rio de Janeiro, no período de 06 a 09 de setembro de 2018. O município foi escolhido, pois de acordo com a EMBRATUR (2018), foi o segundo no do estado a receber turistas perdendo apenas para a capital.

O questionário foi elaborado, contendo uma relação de itens com base nos componentes do serviço qualidade na indústria hoteleira.

A pesquisa dos itens do questionário foi obtida por meio de buscas realizadas em bases científicas do Scielo e Scopus. Após a consulta das bases foram selecionados 32 artigos que permitiram identificar 71 itens, agrupados em oito dimensões: 1- atendimento (10 itens), 2- localização (6 itens), 3- espaço físico (10 itens), 4- estrutura (15 itens), 5- meio ambiente (5 itens), 6- alimentação (alimentos e bebidas) (7 itens), 7- limpeza (8 itens) e 8- valor cobrado na diária (10 itens). Na Tabela 3 encontram-se o questionário com as dimensões, os respectivos itens e os autores correspondentes.

O questionário utilizado para avaliar a satisfação dos hóspedes em hotéis, do município de Armação dos Búzios, utilizando o método do Lawshe encontra-se no Apêndice 1 desta dissertação.

Tabela 3 - Questionário com as dimensões, os respectivos itens e autores correspondentes (continua)

Dimensão / Itens	Autores*															
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16
1. Atendimento																
1.1. Atendimento de Check In							X	X			X					
1.2. Atendimento de Check Out							X	X			X					
1.3. Carregador de Bagagem											X					
1.4. Competência dos Funcionários				X												
1.5. Cortesia / Cordialidade		X		X	X		X	X								
1.6. Cuidado e Atenção individual Oferecidos Espontaneamente																X
1.7. Eficiência e Rapidez na Solução de Problemas																X
1.8. Profissionalismo da Equipe				X	X											
1.9 Simpatia								X								
1.10. Tempo de Espera		X														
2. Localização	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16
2.1. Acompanhamento do Cliente ao Setor Específico																
2.2. Conveniência da Localização do Estabelecimento	X	X	X		X											
2.3. Facilidade de Acesso ao Estabelecimento	X	X	X		X										X	
2.4. Próximo a Áreas Movimentadas (Centro)	X	X	X												X	
2.5. Segurança		X				X		X		X				X		
2.6. Sinalização			X													
3. Espaço Físico	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16
3.1. Emoções Geradas / Impacto												X				
3.2. Facilidades de Usar						X										
3.3. Organização do Hotel								X		X				X		
3.4. Privacidade															X	
3.5. Qualidade do Produto / Serviço	X			X				X								
3.6. Segurança		X				X										
3.7. Satisfação Geral dos Usuários						X										
3.8. Sinalização	X		X													
3.9. Temperatura Ambiente		X				X										
3.10. Ventilação									X							

Tabela 3 - Questionário com as dimensões, os respectivos itens e autores correspondentes (conclusão)

Dimensão / Itens	Autores*																
	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	
6. Alimentação (Alimento e Bebidas)																	
6.1. Café da Manhã (Variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)														X			
6.2. Flexibilidade de Horários (ex: serviço de café da manhã com horário ampliado)															X		
6.3. Almoço (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)																	
6.4. Jantar (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)																	
6.5. Qualidade do Produto / Serviço						X		X	X						X		
6.6. Atitude do Atendente									X						X		
6.7. Eficiência no Pedido do Restaurante	X		X														
7. Limpeza	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	
7.1. Acomodações	X						X	X							X		
7.2. Funcionários (Apresentação, Uniformes, Procedimentos)									X						X		
7.3. Instalações (Recepção, corredores, Áreas comuns)							X								X		
7.4. Louças e Talheres															X		
7.5. Oferta de Produtos de Higiene Pessoal															X		
7.6. Rapidez na Execução dos Serviços	X	X	X						X				X				
7.7. Roupa de Cama e Banho															X		
7.8. Treinamento das Equipes						X				X							
8. Preço Cobrado na Diária	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	
8.1. Adequação as Formas de Pagamento														X			
8.2. Compatibilidade do Nível Oferecido da Acomodação com o Valor Cobrado															X		
8.3. Compatibilidade do Nível Oferecido da Alimentação com o Valor Cobrado															X		
8.4. Compatibilidade da Ambientação, conforto e decoração com o Valor Cobrado															X		
8.5. Explicação do Orçamento								X									
8.6. Nota Fiscal								X									
8.7. Precisão das Contas														X			
8.8. Satisfação Geral dos Usuários	X	X	X							X							
8.9. Valor			X					X									
8.10. Vendas pela Internet											X						

* **A1:** Almeida, Giovanella e Nunan (2012); **A2:** Armstrong et al. (2015); **A3:** Beber e Rossi (2006); **A4:** Brakewood, Barbeau e Kariwatkins (2014); **A5:** Callan e Bowman (2000); **A6:** Chang e Kim (2010); **A7:** Choi e Chu (2001); **A8:** Corte e Celestino (2009); **A9:** Cruz e Melleiro (2010); **A10:** Guzzo e Nascimento (2013); **A11:** Freitas (2007); **A12:** García-Almeida, Fernández-Monroy e Saá-Pérez (2014); **A13:** Gil, Jiménez e Lorente (2001); **A14:** Gândara, Brea e Manosso (2013); **A15:** Gouveia et al. (2003); **A16:** Gu e Ryan (2008); **A17:** Hays e Hill (2009); **A18:** Kim (2010); **A19:** Lin, Chen e Chang (2002); **A20:** Lewis (1996); **A21:** Mensah (2006); **A22:** Meyer e Collier (2001); **A23:** Min e Min (1997); **A24:** Santos e Rossi (2001); **A25:** Stecca et al. (2010); **A26:** Schejter et al. (2010); **A27:** Schweisfurth e Raasch (2018); **A28:** Sevigman (2007); **A29:** Suzuki, Tyworth e Novack (2001); **A30:** Toaldo, Abel Sobrinho e Camargo (2010); **A31:** Vieregge et al. (2007); **A32:** Yeh, Yang e Lin (2007).

Fonte: Autor (2019)

3.2 COLETA DE DADOS

Com o intuito de obtenção de uma amostragem representativa e com objetivo de avaliar os critérios em relação aos itens da pesquisa, foi realizada uma solicitação à Secretaria Municipal de Turismo da cidade de Armação dos Búzios (SECTUR, 2018) quanto à quantidade de hotéis de duas, três e quatro estrelas da cidade.

Por meio das informações obtidas pela secretaria de turismo, foi direcionada a pesquisa a hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros de classificação duas, três e quatro estrelas. Encontra-se no Quadro 2, a quantidade de hotéis, de acordo com a classificação, bem como o número de questionário aplicados.

Classificação	Nº. de Hotéis	Entrevistados / Hotel	Total de Entrevistados
2 Estrelas	3	5	15
3 Estrelas	3	5	15
4 Estrelas	2	4	8
Total	8	-----	38

Quadro 2: Questionários aplicados em pousadas participantes da pesquisa - Armação dos Búzios

Fonte: Autor (2019)

Em um segundo momento da pesquisa foi realizado um pré-teste aplicando o questionário a oito hóspedes como objetivo de verificar se os entrevistados tinham alguma dúvida quanto ao entendimento dos itens propostos no questionário.

A pesquisa foi realizada na recepção de cada hotel sorteado. Para o sorteio dos hotéis foi organizada uma listagem numerada crescente dos hotéis do município pesquisado e utilizada uma Tabela de Números Aleatórios aplicando uma amostragem por estratos. Foram entrevistados 38 hóspedes aleatoriamente, desde que respondessem às perguntas, com o objetivo de medir a percepção em relação à satisfação dos serviços prestados pelos hotéis no qual os hóspedes usufruíam.

Após a coleta dos dados, eles foram tabulados em planilhas do Microsoft Excel 2010, para os cálculos das porcentagens, construção dos gráficos e dos *Content Validity Ratio* CRVs de cada item.

3.3 MÉTODO DE LAWSHE

Este método é baseado na aplicação de questionários para especialistas onde cada critério é avaliado, marcando somente uma opção das alternativas propostas por Lawshe (1975): 1- Não Essencial, 2- Essencial e NS- Não Sei.

O *Content Validity Ratio* (CVR) proposto pelo método de Lawshe é um procedimento de fácil utilização e apresenta modelos matemáticos bem simples. Nesse método, calcula-se o CVR, cujo objetivo é determinar o consenso dos entrevistados do questionário. Para cada critério aplica-se a equação 1.

$$\text{CVR} = \frac{n_e - (N/2)}{(N/2)} \quad (1)$$

Equação 1: Content Validity Ratio (CVR)

Fonte: Lawshe (1975)

que pode ser simplificada chegando à equação 2.

$$\text{CVR} = \frac{2n_e}{N} - 1 \quad (2)$$

Equação 2: Content Validity Ratio (CVR) Simplificada

Fonte: Autor (2019)

Nestas equações temos:

n_e – número de avaliadores que classificou o item como “essencial”

N – Número total de entrevistados

Em relação aos valores CVR estes variam entre -1 e +1. Quando o valor for igual a -1 (neste caso $n_e = 0$) caracteriza discordância perfeita, enquanto o valor for igual a +1 (neste caso $n_e = N$) caracteriza a chamada concordância perfeita (AYRE; SCALLY, 2014).

De acordo com Lawshe (1975) os resultados podem ser interpretados da seguinte forma:

CVR negativo (CVR = 0): Nesta situação menos da metade dos especialistas julgou o item como “essencial” (Equação 3)

$$\frac{2n_e}{N} < 1 \quad (3)$$

Equação 3: CVR negativo

Fonte: Autor (2019)

CVR zero (CVR = 0): Neste caso ocorre uma igualdade entre os especialistas que consideraram o item como “essencial” e a outra que considerou “não essencial” (Equação 4)

$$(n_e = N) \quad (4)$$

Equação 4: CVR zero

Fonte: Autor (2019)

CVR positivo (CVR = 0): Nesta forma, mais da metade dos especialistas julgou o item como “essencial” (Equação 5)

$$\frac{2n_e}{N} > 1 \quad (5)$$

Equação 5: CVR Positivo

Fonte: Autor (2019)

No cálculo do CVRcrítico ocorre a aproximação da distribuição binomial (variável aleatória discreta) pela distribuição normal (variável aleatória contínua). Nessa abordagem, os parâmetros como média (μ), variância (σ^2) e desvio padrão (σ) são considerados e são dados por:

$$\begin{aligned} \mu & \\ \mu &= n.p \\ \sigma^2 &= n.p.(1-p) \\ \sigma &= \sqrt{n.p.(1-p)} \end{aligned} \tag{6}$$

Equação 6: Cálculo do CVRcrítico

Fonte: Lawshe (1975)

onde:

n: representa o número de respondentes;

p: a probabilidade de considerar e assinalar o item como essencial ($p = 0,50$).

As probabilidades de erro também chamados de níveis de significância, são utilizados na composição do CVRcrítico que se assume o nível de 5% na distribuição normal padrão, obtendo o valor de z-score = 1,96 (Tabela reduzida da Curva Normal).

O $n_{e\text{crítico}}$ é dado por $\mu + Z \cdot \sigma$, que equivale ao mínimo de especialistas que precisam considerar o item como essencial para que ele seja validado. Desta forma chega-se ao valor do CVRcrítico (Equação 7).

$$\text{CVR} = \frac{n_{e\text{ crítico}} - (N/2)}{(N/2)} \tag{7}$$

Equação 7: CVRcrítico

Fonte: Autor (2019)

que pode ser simplificada chegando à seguinte equação 8.

$$CVR = \frac{2n_{e \text{ crítico}}}{N} - 1 \quad (8)$$

Equação 8: CVRcrítico Simplificado

Fonte: Autor (2019)

Para verificar se os itens do questionário serão mantidos ou excluídos segundo o método de Lawshe tem-se que:

CVR < CVRcrítico- devem ser excluídos na organização final.

CVR > CVRcrítico – devem ser mantidos na organização final.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo apresenta os resultados sobre a relevância da avaliação para validação dos itens do questionário, segundo o método de Lawshe, aplicado aos entrevistados que utilizaram a hospedagem em hotéis na cidade de Armação dos Búzios, RJ.

4.1 CARACTERÍSTICAS CONSIDERADAS COMO ESSENCIAIS NAS HOSPEDAGENS EM ARMAÇÃO DOS BÚZIOS - RJ

Aqui são apresentadas as dimensões, com os respectivos itens das dimensões do questionário, com suas respectivas opções de respostas, em porcentagens, (1) “não essencial”, (2) “essencial” e (NS) “não sei”, de acordo com a percepção dos entrevistados hospedados em hotéis de Armação dos Búzios, RJ (Tabela 4).

Após a obtenção das porcentagens das opções de respostas (1) “não essencial”, (2) “essencial” e (NS) “não sei”, dos itens de cada dimensão do questionário foi calculado os valores do CRVs utilizando a equação 1, proposta por Lawshe ou a equação 2 desenvolvida de forma mais simples pelo autor, com base na equação 1. Os CVRs calculados foram comparados como os CVRscritico utilizando as equação 7 ou a equação 8 desenvolvida de forma mais simples pelo autor.

O resultado da decisão de manter ou excluir os itens de cada dimensão é apresentado na Tabela 4 de acordo com as oito dimensões sendo o critério de decisão dos itens é dado por:

CVR_{calc} **$CVR_{crítico}$** - item deve ser excluído do questionário;

CVR_{calc} **$CVR_{crítico}$** - item deve ser mantido no questionário.

Tabela 4 - Itens das dimensões do questionário, com suas respectivas porcentagens de respostas (1) Não Essencial, (2) Essencial e (NS) Não sei, de acordo com a percepção dos hóspedes nos hotéis em Armação dos Búzios, RJ

Dimensões / Itens			
1. Atendimento	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
1.1. Atendimento de Check In	0%	100%	0%
1.2. Atendimento de Check Out	0%	100%	0%
1.3. Carregador de Bagagem	45%	50%	5%
1.4. Competência dos Funcionários	0%	100%	0%
1.5. Cortesia / Cordialidade	3%	95%	3%
1.6. Cuidado e Atenção individual Oferecidos Espontaneamente	21%	71%	8%
1.7. Eficiência e Rapidez na Solução de Problemas (2)	0%	100%	0%
1.8. Profissionalismo da Equipe	0%	100%	0%
1.9 Simpatia	3%	97%	0%
1.10. Tempo de Espera	11%	87%	3%
2. Localização	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
2.1. Acompanhamento do Cliente ao Setor Específico	53%	45%	3%
2.2. Conveniência da Localização do Estabelecimento	18%	82%	0%
2.3. Facilidade de Acesso ao Estabelecimento	16%	84%	0%
2.4. Próximo á Áreas Movimentadas (Centro)	45%	55%	0%
2.5. Segurança	0%	100%	0%
2.6. Sinalização	16%	84%	0%
3. Espaço Físico	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
3.1. Emoções Geradas / Impacto	21%	76%	3%
3.2. Facilidades de Usar	5%	92%	3%
3.3. Organização do Hotel	0%	100%	0%
3.4. Privacidade	3%	97%	0%
3.5. Qualidade do Produto / Serviço	0%	95%	5%
3.6. Segurança	3%	97%	0%
3.7. Satisfação Geral dos Usuários	8%	89%	3%
3.8. Sinalização	29%	68%	3%

- 1 Tabela 4 - Ranking de itens das dimensões do questionário, com suas respectivas porcentagens de respostas (1) Não Essencial, (2) Essencial e (NS) Não sei, de
2 acordo com a percepção dos hóspedes nos hotéis em Armação dos Búzios, RJ (continuação)

Dimensões / Itens			
3. Espaço Físico	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
3.9. Temperatura Ambiente	39%	61%	0%
3.10. Ventilação	13%	87%	0%
4. Estrutura	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
4.1. Academia de Ginástica	87%	11%	3%
4.2. Área para Fumantes e não Fumantes	18%	63%	18%
4.3 Área de Lazer	29%	66%	5%
4.4. Busca das Melhorias Práticas	0%	97%	3%
4.5. Condição da Estrutura do Hotel	0%	100%	0%
4.6. Elevadores	39%	58%	3%
4.7. Equipamentos Modernos	24%	68%	8%
4.8. Estrutura Organizacional	8%	92%	0%
4.9. Estacionamento	16%	82%	3%
4. Estrutura (Continuação)	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
4.10. Facilidades Tecnológicas	26%	68%	5%
4.11. Internet / WIFI	0%	100%	0%
4.12 Limpeza	0%	100%	0%
4.13. Manutenção	3%	92%	5%
4.14. Piscina	55%	45%	0%
4.15. Restaurante	34%	66%	0%
5. Meio Ambiente	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
5.1. Alternativas Energéticas (ex Placas Solares para Aquecimento de Água)	55%	34%	11%
5.2. Benefício Ambiental	18%	68%	13%
5.3. Controle dos Resíduos Gerados (ex: Coleta Seletiva)	13%	82%	5%
5.4. Divulgação das Informações / Atividades relacionadas à questão Ambiental.	34%	61%	5%
5.5. Equipamentos de Controle de Desperdícios (ex Sensores de Iluminação de Água)	29%	66%	5%
6. Alimentação (Alimentos e Bebidas)	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
6.1. Café da Manhã (Variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	0%	100%	0%

- 1 Tabela 4 - Ranking de itens das dimensões com suas respectivas porcentagens de respostas (1) Não Essencial, (2) Essencial e (NS) Não sei, de acordo com a
 2 percepção dos hóspedes nos hotéis em Armação dos Búzios, RJ (continuação)

Dimensões / Itens			
6. Alimentação (Alimentos e Bebidas)	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
6.2. Flexibilidade de Horários (ex: serviço de café da manhã com horário ampliado)	26%	68%	5%
6.3. Almoço (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	24%	68%	8%
6.4. Jantar (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	32%	61%	8%
6.5. Qualidade do Produto / Serviço	0%	97%	3%
6.6. Atitude do Atendente	3%	97%	0%
6.7. Eficiência no Pedido do Restaurante	0%	100%	0%
7. Limpeza	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
7.1. Acomodações	0%	100%	0%
7.2. Funcionários (Apresentação, Uniformes, Procedimentos)	3%	97%	0%
7.3. Instalações (Recepção, corredores, Áreas comuns)	0%	100%	0%
7.4. Louças e Talheres	16%	82%	3%
7.5. Oferta de Produtos de Higiene Pessoal	13%	87%	0%
7.6. Rapidez na Execução dos Serviços	11%	89%	0%
7.7. Roupas de Cama e Banho	3%	97%	0%
7.8. Treinamento das Equipes	8%	87%	5%
8. Preço Cobrado na Diária	(1) Não Essencial	(2) Essencial	(NS) Não Sei
8.1. Adequação às Formas de Pagamento	0%	100%	0%
8.2. Compatibilidade do Nível Oferecido da Acomodação com o Valor Cobrado.	0%	100%	0%
8.3. Compatibilidade do Nível Oferecido da Alimentação com o Valor Cobrado.	0%	100%	0%
8.4. Compatibilidade da Ambientação, conforto e decoração com o Valor Cobrado.	3%	97%	0%
8.5. Explicação do Orçamento	42%	58%	0%
8.6. Nota Fiscal	45%	55%	0%
8.7. Precisão das Contas	8%	92%	0%
8.8. Satisfação Geral dos Usuários	3%	97%	0%
8.9. Valor	0%	100%	0%
8.10. Vendas pela Internet	16%	82%	3%

- 3 Fonte: Autor (2019)

4.2.1 Dimensão Atendimento

Analisando a Tabela 5, percebe-se que dos dez itens da dimensão atendimento, apenas o item 1.3- Carregador de Bagagem deve ser excluído devido apresentar um $CVR_{calc} < CRV_{crit}$, esse resultado não corrobora o citado por Freitas (2007).

Tabela 5 - Na dimensão Atendimento, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit) e a decisão de manter ou excluir

Dimensão / Itens	n _e	N	%essenciais	CVRcalc	CVRcrit	Decisão
Atendimento						
1.1. Atendimento de Check In	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
1.2. Atendimento de Check Out	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
1.3. Carregador de Bagagem	19	36	52,8%	0,056	0,327	Excluir
1.4. Competência dos Funcionários	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
1.5. Cortesia / Cordialidade	36	37	97,3%	0,946	0,322	Manter
1.6. Cuidado e Atenção individual Oferecidos Espontaneamente	27	35	77,1%	0,543	0,331	Manter
1.7. Eficiência e Rapidez na Solução de Problemas	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
1.8. Profissionalismo da Equipe	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
1.9 Simpatia	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
1.10. Tempo de Espera	33	37	89,2%	0,784	0,322	Manter

Fonte: Autor (2019)

Todos os itens que foram mantidos apresentaram $CVR_{calc} > CRV_{crit}$. Nos itens 1.1- Atendimento de Check In e 1.2 Atendimento de Check Out estão de acordo com os trabalhos de Choi e Chu (2001) e Corte e Celestino (2009). No item 1.4- Competência dos Funcionários e 1.5- Cortesia / Cordialidade estão alinhados aos trabalhos de Kim (2010) e Brakewood, Barbeau e Kariwatkins (2014). O mesmo ocorre no item 1.6- Cuidado e Atenção Individual Oferecidos Espontaneamente que está de acordo com os trabalhos de Santos e Rossi (2001) e Gu e Ryan (2008). Em Eficiência e Rapidez na Solução de Problemas que é o item 1.7 o mesmo foi mantido devido à Lin, Chen e Chang (2002) e Hays e Hill (2009). Profissionalismo da Equipe, item 1.8

está de acordo com Santos e Rossi (2001) e Sevigman (2007). O item 1.9- Simpatia teve 97,4% de essencialidade estando em concordância com Corte e Celestino (2009) e Stecca et al. (2010). No último item pesquisado desta dimensão que foi o 1.10- Tempo de Espera, o mesmo apresentou um CRV_{calc} de 0,784 e foi mantido, estando alinhados com Suzuki, Tyworth e Novack (2001) e Armstrong et al. (2015) .

4.2.2 Dimensão Localização

Verifica-se que nesta dimensão (Tabela 6), os itens 2.1- Acompanhamento do Cliente ao Setor Específico e 2.4- Próximo a Áreas Movimentadas (Centro) foram considerados “não essenciais” e estão de desacordo com Lewis (1996) e Hays, (2009) respectivamente. Também é possível verificar na Tabela 6, que todos que responderam o questionário são categóricos em afirmar que segurança do hotel é essencial.

Tabela 6 - Na dimensão Localização, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit) e a decisão de manter ou excluir

Dimensão / Itens	n_e	N	%essenciais	CVRcal	CVRcrit	Decisão
Localização						
2.1. Acompanhamento do Cliente ao Setor Específico	17	37	45,9%	-0,081	0,322	Excluir
2.2. Conveniência da Localização do Estabelecimento	31	38	81,6%	0,632	0,318	Manter
2.3. Facilidade de Acesso ao Estabelecimento	32	38	84,2%	0,684	0,318	Manter
2.4. Próximo á Áreas Movimentadas (Centro)	21	38	55,3%	0,105	0,318	Excluir
2.5. Segurança	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
2.6. Sinalização	32	38	84,2%	0,684	0,318	Manter

Fonte: Autor (2019)

Os itens 2.2- Conveniência da Localização do Estabelecimento e 2.3- Facilidade de Acesso ao Estabelecimento estão de acordo com os trabalhos de Callan e Bowman (2000) e Almeida, Giovanella e Nunan (2012) sendo mantidos. O item 2.5- Segurança está alinhado com os trabalhos de Yeh, Yang e Lin (2007) e Chang e Kim (2010). Em Sinalização, que é o item 2.6 apresentou 100% de essencialidade foi mantido e está de acordo com Beber e Rossi (2006).

4.2.3 Dimensão Espaço Físico

Nos itens avaliados na dimensão Espaço Físico (Tabela 7), os itens 3.3- organização do hotel e 3.5- qualidade do produto / serviço, tiveram uma essencialidade de 100% onde todos os pesquisados o consideraram como “essencial”. O item 3.9 Temperatura Ambiente foi o único a apresentar uma diferença entre os CRV negativa. Assim deve ser excluído do questionário já que não atendeu à teoria do modelo de Lawshe (1975) e não está de acordo com Lin e Chen (2011).

Tabela 7 - Na dimensão Espaço Físico, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcalc), valor do CVRcrítico (CVRcrit) e a decisão de manter ou excluir

Dimensão / Itens	n _e	N	%essenciais	CVRcalc	CVRcrit	Decisão
Espaço Físico						
3.1. Emoções Geradas / Impacto	29	37	78,4%	0,568	0,322	Manter
3.2. Facilidades de Usar	35	37	94,6%	0,892	0,322	Manter
3.3. Organização do Hotel	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
3.4. Privacidade	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
3.5. Qualidade do Produto / Serviço	36	36	100,0%	1,000	0,327	Manter
3.6. Segurança	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
3.7. Satisfação Geral dos Usuários	34	37	91,9%	0,838	0,322	Manter
3.8. Sinalização	26	37	70,3%	0,405	0,322	Manter
3.9. Temperatura Ambiente	23	38	60,5%	0,211	0,318	Excluir
3.10. Ventilação	33	38	86,8%	0,737	0,318	Manter

Fonte: Autor (2019)

Nesta dimensão (Tabela 7), o item 3.1- Emoções Geradas / Impacto foi mantido devido o valor de o CVRcalc ter sido maior ao valor do CVRcrit e classificando o item como essencial e sendo atestado por García-Almeida, Fernández-Monroy e Saá-Pérez (2014). Facilidade de Usar que é o item 3.2 também foi mantido e está de acordo com Chang e Kim (2010) e Schejter et al. (2010). No item 3.3 Organização do Hotel, o mesmo apresentou 100% de essencialidade é foi mantido e está de acordo com Sevigman (2007) e Corte e Celestino (2009). Em Privacidade item 3.4 estão de acordo com Gouveia et al. (2003) e Yeh, Yang e Lin (2007). Os itens 3.5. Qualidade do Produto / Serviço e 3.8. Sinalização estão alinhados aos artigos de Santos e Rossi (2001) e Almeida, Giovanella e Nunan (2012). Segurança e Satisfação Geral dos usuários, itens respectivamente 3.6 e 3.7, estão de acordo com os trabalhos de Hays e Hill (2009) e Chang e Kim (2010). No item 3.10- Ventilação é mantido e está em concordância a Cruz e Melleiro (2010).

4.2.4 Dimensão Estrutura

Academia de Ginástica, item 4.1, foi considerado “não essencial” onde não está de acordo com Callan e Bowman (2000). Os itens 4.6- Elevadores e 4.14- piscina também se enquadram no mesmo perfil do item anterior, pois, ambos se contrapõem à Guzzo (2013). No item 4.15- restaurante está em desacordo com Freitas (2007). De acordo com Lawshe os itens acima possuíram CRVs menores do que os $CRV_{crít}$, logo foram considerados “não essenciais” (Tabela 8).

Conforme Tabela 8, os itens 4.2- Área para Fumantes e não Fumantes e 4.9- Estacionamento foram mantidos e estavam em concordância com Santos e Rossi (2001). Área de Lazer, Estacionamento e Limpeza que são os itens respectivamente 4.3, 4.11 e 4.12 também foram mantidos e todos estão alinhados à Corte e Celestino (2009), Guzzo e Nascimento (2013). Já Condição da Estrutura do Hotel item 4.5 e Manutenção item 4.13 apresentaram valor do CVR calculado maior que o valor do CVR crítico e classificados como itens essenciais e sendo atestado por Brakewood, Barbeau e Kariwatkins (2014). O item 4.4 Busca de Melhorias Práticas apresentou 100% de essencialidade onde o mesmo foi mantido, está de acordo com Hays e Hill (2009). Os itens 4.7- Equipamentos Modernos e 4.10- Facilidades Tecnológicas estão alinhados aos trabalhos de Chang e Kim (2010) e Kim (2010). No item 4.8 Estrutura Organizacional é mantido, estando em concordância com os trabalhos de Sevigman (2007) e Almeida, Giovanella e Nunan (2012).

Tabela 8 - Na dimensão Estrutura, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcalc), valor do CVRcrítico (CVRcrit) e a decisão de manter ou excluir

Dimensão / Itens	n_e	N	%essenciais	CVRcalc	CVRcrit	Decisão
Estrutura						
4.1. Academia de Ginástica	4	37	10,8%	-0,784	0,322	Excluir
4.2. Área para Fumantes e não Fumantes	24	31	77,4%	0,548	0,352	Manter
4.3 Área de Lazer	25	36	69,4%	0,389	0,327	Manter
4.4. Busca das Melhorias Práticas	37	37	100,0%	1,000	0,322	Manter
4.5. Condição da Estrutura do Hotel	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
4.6. Elevadores	22	37	59,5%	0,189	0,322	Excluir
4.7. Equipamentos Modernos	26	35	74,3%	0,486	0,331	Manter
4.8. Estrutura Organizacional	35	38	92,1%	0,842	0,318	Manter
4.9. Estacionamento	31	37	83,8%	0,676	0,322	Manter
4.10. Facilidades Tecnológicas	26	36	72,2%	0,444	0,327	Manter
4.11. Internet / WIFI	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
4.12 Limpeza	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
4.13. Manutenção	35	36	97,2%	0,944	0,327	Manter
4.14. Piscina	17	38	44,7%	-0,105	0,318	Excluir
4.15. Restaurante	25	38	65,8%	0,316	0,318	Excluir

Fonte: Autor (2019)

4.2.5 Dimensão Meio Ambiente

Na quinta dimensão da pesquisa (Tabela 9), após os cálculos dos CRVs, e de acordo com Álvarez (2001), os itens 5.1- Alternativas Energéticas (ex Placas Solares para Aquecimento de Água) e 5.4- Divulgação das Informações / Atividades relacionadas à questão Ambiental. foram considerados “não essenciais”. Podem-se observar os valores dos CRVs na Tabela 9 comprovam tal afirmação.

Pode-se observar também na Tabela 9 que o item 5.2- Benefício Ambiental foi mantido devido o valor de o CVRcalc ter sido maior ao valor do CVRcrit e classificando o item como essencial e está alinhado com Chang e Kim (2010) e Hays e Hill (2009). Controle dos Resíduos Gerados (ex: Coleta Seletiva) que é o item 5.3 apresentou o

maior valor na essencialidade nesta dimensão (86,1%) e estava de acordo com Gil, Jiménez e Lorente (2001) e Mensah (2006) onde o item 5.5- Equipamentos de Controle de Desperdícios (ex Sensores de Iluminação de Água) também está em concordância com o trabalho de Mensah (2006).

Tabela 9 - Na dimensão Meio Ambiente, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrit) e CVRcrítico (Dif) e a decisão de manter ou excluir

Dimensão / Itens	n_e	N	%essenciais	CVRcalc	CVRcrít	Decisão
Meio Ambiente						
5.1. Alternativas Energéticas (ex Placas Solares para Aquecimento de Água)	13	34	38,2%	-0,235	0,336	Excluir
5.2. Benefício Ambiental	26	33	78,8%	0,576	0,341	Manter
5.3. Controle dos Resíduos Gerados (ex: Coleta Seletiva)	31	36	86,1%	0,722	0,327	Manter
5.4. Divulgação das Informações / Atividades relacionadas à questão Ambiental.	23	36	63,9%	0,278	0,327	Excluir
5.5. Equipamentos de Controle de Desperdícios (ex Sensores de Iluminação de Água)	25	36	69,4%	0,389	0,327	Manter

Fonte: Autor (2019)

4.2.6 Dimensão Alimentação (Alimentos e Bebidas)

Na dimensão alimentação (Alimentos e Bebidas) (Tabela 10) dos 7 itens pesquisados, apenas o item 6.4- Jantar (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos) foi considerado não essencial e não estava de acordo com (CALLAN; BOWMAN, 2000). Neste item excluído, verifica-se que 65,7% dos entrevistados, o consideram essencial e o CVRcalc foi menor do que o CVRcrít.

Tabela 10 - Na dimensão Alimentação (Alimentação e Bebidas), cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcal), valor do CVRcrítico (CVRcrít) e a decisão de manter ou excluir

Dimensão / Itens	ne	N	%essenciais	CVRcalc	CVRcrít	Decisão
Alimentação e Bebidas						
6.1. Café da Manhã (Variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
6.2. Flexibilidade de Horários (ex: serviço de café da manhã com horário ampliado)	26	36	72,2%	0,444	0,327	Manter
6.3. Almoço (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	26	35	74,3%	0,486	0,331	Manter
6.4. Jantar (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	23	35	65,7%	0,314	0,331	Excluir
6.5. Qualidade do Produto / Serviço	37	37	100,0%	1,000	0,322	Manter
6.6. Atitude do Atendente	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
6.7. Eficiência no Pedido do Restaurante	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter

Fonte: Autor (2019)

Nesta dimensão, os itens 6.1 Café da Manhã (Variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos) e 6.3- Almoço (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos) foram considerados essenciais devido ao valor do CVRcalculado ter sido maior ao valor do CVRcrítico e sendo atestado por

Callan e Bowman (2000) e Choi e Chu (2001). Flexibilidade de Horários (ex: serviço de café da manhã com horário ampliado) que é o item 6.2 também foi mantido e está de acordo com Vieregge et al. (2007) e Gu e Ryan (2008). Qualidade do Produto / Serviço item 6.5 e Atitude do Atendente item 6.6 estão de acordo com Stecca et al. (2010) e Toaldo, Abel Sobrinho e Camargo (2010). No item 6.7 Ventilação foi mantido e está em concordância com Lin, Chen e Chang (2002) e Chang e Kim (2010) e

4.2.7 Dimensão Limpeza

Na dimensão limpeza a penúltima pesquisada, todos os itens foram considerados “essenciais”. De acordo com a Tabela 11, nota-se que os itens, apresentam essencialidade em mais de 80%. Verifica-se também que todos devem ser mantidos não ocorrendo exclusão em nenhum deles. Isto se dá devido ao valor do CVR calculado ter sido superior ao valor do CVR^{crítico}. Nos itens 7.3- Instalações (Recepção, corredores, Áreas comuns), 7.4- Louças e Talheres e 7.5 Oferta de Produtos de Higiene Pessoal estão alinhados com artigos de Callan e Bowman (2000), Vieregge et al. (2007). Já os itens 7.2- Funcionários (Apresentação, Uniformes, Procedimentos e 7.7 Roupas de Cama e Banho corroboram com Callan e Bowman (2000) e Choi e Chu (2001). Em Acomodações que é o item 7.1 foi mantido e está de acordo com Min e Min (1997) e Vieregge et al. (2007). Rapidez na Execução dos Serviços que é o item 7.6 apresentou essencialidade de 89,5%, está de acordo com Corte e Celestino (2009) e Hays e Hill (2009). O item 7.8- Treinamento das Equipes foi mantido, e está em concordância com os trabalhos de Meyer e Collier (2001) e Schejter et al. (2010);

Tabela 11 - Na dimensão Limpeza, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcalc), valor do CVRcrítico (CVRcrit) e a decisão de manter ou excluir

Dimensão / Itens	ne	N	% essenciais	CVRcalc	CVRcrit	Decisão
Limpeza						
7.1. Acomodações	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
7.2. Funcionários (Apresentação, Uniformes, Procedimentos)	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
7.3. Instalações (Recepção, corredores, Áreas comuns)	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
7.4. Louças e Talheres	31	37	83,8%	0,676	0,322	Manter
7.5. Oferta de Produtos de Higiene Pessoal	33	38	86,8%	0,737	0,318	Manter
7.6. Rapidez na Execução dos Serviços	34	38	89,5%	0,789	0,318	Manter
7.7. Roupa de Cama e Banho	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
7.8. Treinamento das Equipes	33	36	91,7%	0,833	0,327	Manter

Fonte: Autor (2019)

4.2.8 Dimensão Preço cobrado na diária

Na última dimensão pesquisada (Tabela 12), quatro itens apresentaram 100% no percentual de essencialidade que foram: 8.1 adequação as formas de pagamento, 8.2 compatibilidade do nível oferecido da acomodação com o valor cobrado, 8.3 compatibilidade do nível oferecido da alimentação com o valor cobrado e 8.9 valor. Diferença negativa entre os CVR, ocorreu em dois itens que devem ser excluídos da organização que são: 8.5 explicação do orçamento e 8.6 nota fiscal. A justificativa da exclusão se dá, pois, os mesmos não estão de acordo com Santos (2002).

De acordo com a Tabela 12 a dimensão pesquisada, Preço Cobrado na Diária, os itens 8.2- Compatibilidade do Nível Oferecido da Acomodação com o Valor Cobrado, 8.3- Compatibilidade do Nível Oferecido da Alimentação com o Valor Cobrado e 8.4- Compatibilidade da Ambientação, conforto e decoração com o Valor Cobrado devem ser mantidos levando em conta que valor do CVRcalculado foi superior ao valor do CVRcrítico onde eles estão alinhados aos artigos Choi e Chu (2001) e Vieregge et al. (2007). Já os itens 8.1- Adequação as Formas de Pagamento

e 8.7- Precisão das Contas também foram mantidos e estão de acordo com Guzzo e Nascimento (2013) e Gândara, Brea e Manosso (2013). Em Satisfação Geral dos Usuários que é o item 8.8, o mesmo está de acordo com os autores Chang e Kim (2010) e Kim (2010). O item 8.9- Valor apresentou 100% de essencialidade e foi mantido e está de acordo com Lin, Chen e Chang (2002) e Santos e Rossi (2001). No item 8.10 Vendas pela Internet está em concordância com os trabalhos de Brakewood, Barbeau e Kariwatkins (2014) e Schweisfurth e Raasch (2018)

Tabela 12 - Na dimensão Preço Cobrado na Diária, cada item com seus respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (%essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcalc), valor do CVRcrítico (CVRcrit) e a decisão de manter ou excluir

Dimensão / Itens	ne	N	%essenciais	CVRcalc	CVRcrit	Decisão
Preço Cobrado na Diária						
8.1. Adequação as Formas de Pagamento	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
8.2. Compatibilidade do Nível oferecido da Acomodação com o Valor Cobrado.	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
8.3. Compatibilidade do Nível Oferecido da Alimentação com o Valor Cobrado.	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
8.4. Compatibilidade da Ambientação, conforto e decoração com o Valor Cobrado.	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
8.5. Explicação do Orçamento	22	38	57,9%	0,158	0,318	Excluir
8.6. Nota Fiscal	21	38	55,3%	0,105	0,318	Excluir
8.7. Precisão das Contas	35	38	92,1%	0,842	0,318	Manter
8.8. Satisfação Geral dos Usuários	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
8.9. Valor	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
8.10. Vendas pela Internet	31	37	83,8%	0,676	0,322	Manter

Fonte: Autor (2019)

4.2.9 Ranking de Essencialidade dos Itens Julgados

Na pesquisa verificou-se após análise separadamente de cada item nas dimensões, e com resultados das opiniões dos entrevistados da pesquisa em relação aos itens, foi proposto uma ordem. A tabela 19 classifica os dos mais importantes para menos importantes em relação à qualidade dos serviços oferecidos pelos estabelecimentos.

Tabela 13 - Ranking de itens das dimensões com suas porcentagens de respostas essenciais e respectivos número de respostas essenciais (ne), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (% essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcalc), valor de CVRcrítico (CVRcrit) e a decisão de manter ou excluir (continua)

Ranking de essencialidade dos Itens julgados						
Itens das Dimensões	ne	N	%essenciais	CVRcalc	CVRcrit	Decisão
1.1. Atendimento de Check In	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
1.2. Atendimento de Check Out	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
1.4. Competência dos Funcionários	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
1.7. Eficiência e Rapidez na Solução de Problemas (2)	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
1.8. Profissionalismo da Equipe	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
2.5. Segurança	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
3.3. Organização do Hotel	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
3.5. Qualidade do Produto / Serviço	36	36	100,0%	1,000	0,327	Manter
4.4. Busca das Melhorias Práticas	37	37	100,0%	1,000	0,322	Manter
4.5. Condição da Estrutura do Hotel	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
4.11. Internet / WIFI	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
4.12 Limpeza	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
6.1. Café da Manhã (Variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
6.5. Qualidade do Produto / Serviço	37	37	100,0%	1,000	0,322	Manter
7.1. Acomodações	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
6.7. Eficiência no Pedido do Restaurante	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
7.3. Instalações (Recepção, corredores, Áreas comuns)	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
8.1. Adequação as Formas de Pagamento	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
8.2. Compatibilidade do Nível Oferecido da Acomodação com o Valor Cobrado.	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
8.3. Compatibilidade do Nível Oferecido da Alimentação com o Valor Cobrado.	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter

Tabela 13 - Ranking de itens das dimensões com suas porcentagens de respostas essenciais e respectivos número de respostas essenciais (n_e), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (% essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcalc), valor de CVRcrítico (CVRcrit) e a decisão de manter ou excluir (continuação)

Ranking de essencialidade dos Itens julgados						
Itens das Dimensões	n_e	N	%essenciais	CVRcalc	CVRcrit	Decisão
8.9. Valor	38	38	100,0%	1,000	0,318	Manter
3.4. Privacidade	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
3.6. Segurança	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
1.9 Simpatia	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
7.2. Funcionários (Apresentação, Uniformes, Procedimentos)	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
7.7. Roupas de Cama e Banho	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
8.8. Satisfação Geral dos Usuários	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
8.4. Compatibilidade da Ambientação, conforto e decoração com o Valor Cobrado.	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
6.6. Atitude do Atendente	37	38	97,4%	0,947	0,318	Manter
1.5. Cortesia / Cordialidade	36	37	97,3%	0,946	0,322	Manter
4.12. Manutenção	35	36	97,2%	0,944	0,327	Manter
3.2. Facilidades de Usar	35	37	94,6%	0,892	0,322	Manter
4.8. Estrutura Organizacional	35	38	92,1%	0,842	0,318	Manter
8.7. Precisão das Contas	35	38	92,1%	0,842	0,318	Manter
3.7. Satisfação Geral dos Usuários	34	37	91,9%	0,838	0,322	Manter
7.8. Treinamento das Equipes	33	36	91,7%	0,833	0,327	Manter
7.6. Rapidez na Execução dos Serviços	34	38	89,5%	0,789	0,318	Manter
1.10. Tempo de Espera	33	37	89,2%	0,784	0,322	Manter
3.10. Ventilação	33	38	86,8%	0,737	0,318	Manter
7.5. Oferta de Produtos de Higiene Pessoal	33	38	86,8%	0,737	0,318	Manter
5.3. Controle dos Resíduos Gerados (ex: Coleta Seletiva)	31	36	86,1%	0,722	0,327	Manter
2.3. Facilidade de Acesso ao Estabelecimento	32	38	84,2%	0,684	0,318	Manter

Tabela 13 - Ranking de itens das dimensões com suas porcentagens de respostas essenciais e respectivos número de respostas essenciais (n_e), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (% essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcalc), valor de CVRcrítico (CVRcrit) e a decisão de manter ou excluir (continuação)

Ranking de essencialidade dos Itens julgados						
Itens das Dimensões	Ne	N	%essenciais	CVRcalc	CVRcrít	Decisão
2.6. Sinalização	32	38	84,2%	0,684	0,318	Manter
7.4. Louças e Talheres	31	37	83,8%	0,676	0,322	Manter
4.9. Estacionamento	31	37	83,8%	0,676	0,322	Manter
8.10. Vendas pela Internet	31	37	83,8%	0,676	0,322	Manter
2.2. Conveniência da Localização do Estabelecimento	31	38	81,6%	0,632	0,318	Manter
5.2. Benefício Ambiental	26	33	78,8%	0,576	0,341	Manter
3.1. Emoções Geradas / Impacto	29	37	78,4%	0,568	0,322	Manter
4.2. Área para Fumantes e não Fumantes	24	31	77,4%	0,548	0,352	Manter
1.6. Cuidado e Atenção individual Oferecidos Espontaneamente	27	35	77,1%	0,543	0,331	Manter
6.3. Almoço (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	26	35	74,3%	0,486	0,331	Manter
4.7. Equipamentos Modernos	26	35	74,3%	0,486	0,331	Manter
4.10. Facilidades Tecnológicas	26	36	72,2%	0,444	0,327	Manter
6.2. Flexibilidade de Horários (ex: serviço de café da manhã com horário ampliado)	26	36	72,2%	0,444	0,327	Manter
3.8. Sinalização	26	37	70,3%	0,405	0,322	Manter
4.3 Área de Lazer	25	36	69,4%	0,389	0,327	Manter
5.5. Equipamentos de Controle de Desperdícios (ex Sensores de Iluminação de Água)	25	36	69,4%	0,389	0,327	Manter
4.14. Restaurante	25	38	65,8%	0,316	0,318	Excluir
6.4. Jantar (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	23	35	65,7%	0,314	0,331	Excluir

Tabela 13 - Ranking de itens das dimensões com suas porcentagens de respostas essenciais e respectivos número de respostas essenciais (n_e), número total de respondentes (N), porcentagem de respostas essenciais (% essenciais), valor de CVRcalculado (CVRcalc), valor de CVRcrítico (CVRcrit) e a decisão de manter ou excluir (conclusão)

Ranking de essencialidade dos Itens julgados						
Itens das Dimensões	n_e	N	%essenciais	CVRcalc	CVRcrit	Decisão
5.4. Divulgação das Informações / Atividades relacionadas à questão Ambiental.	23	36	63,9%	0,278	0,327	Excluir
3.9. Temperatura Ambiente	23	38	60,5%	0,211	0,318	Excluir
4.6. Elevadores	22	37	59,5%	0,189	0,322	Excluir
8.5. Explicação do Orçamento	22	38	57,9%	0,158	0,318	Excluir
8.6. Nota Fiscal	21	38	55,3%	0,105	0,318	Excluir
2.4. Próximo á Áreas Movimentadas (Centro)	21	38	55,3%	0,105	0,318	Excluir
1.3. Carregador de Bagagem	19	36	52,8%	0,056	0,327	Excluir
2.1. Acompanhamento do Cliente ao Setor Especifico	17	37	45,9%	-0,081	0,322	Excluir
4.13. Piscina	17	38	44,7%	-0,105	0,318	Excluir
5.1. Alternativas Energéticas (ex Placas Solares para Aquecimento de Água)	13	34	38,2%	-0,235	0,336	Excluir
4.1. Academia de Ginástica	4	37	10,8%	-0,784	0,322	Excluir

Fonte: Autor (2019)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foi aplicado o método do Lawshe para validação do questionário sobre a satisfação da qualidade de serviços oferecidos em hospedagem de hotéis em Armação dos Búzios, RJ. Na elaboração do questionário foram pesquisados artigos nas bases científicas do Scielo e do Scopus, resultando na seleção de 32 artigos que apresentaram mais aderência com tema a qualidade de serviços em hotéis. O questionário foi constituído de 71 itens, agrupados em 8 dimensões (atendimento, localização, espaço físico, estrutura, meio ambiente, alimentação (alimentos e bebidas), limpeza e valor cobrado na diária. Os dados da pesquisa foram obtidos por meio de aplicação do questionário a 38 hóspedes escolhidos aleatoriamente, que representavam as categorias de duas, três e quatro estrela no município. Na análise dos dados, foram propostas algumas equações a partir da equação do método do Lawshe, que proporciona uma facilidade na obtenção dos resultados. Com relação aos 71 itens propostos no questionário, cerca de 18% dos itens foram excluídos; e, dentre os 58 itens mantidos, 21 apresentaram a porcentagem de 100% da opção Essencial, ou seja, o número de respondentes que marcou o item como essencial, correspondeu com o número total de entrevistados.

5.1 CONCLUSÕES

Na aplicação do método do Lawshe para validar itens do questionário sobre a satisfação da qualidade de serviços oferecidos pela hospedagem em hotéis em Armação dos Búzios, pode-se concluir que:

- Dos 71 itens agrupados em oito dimensões, 58 itens (82%) foram mantidos por apresentar $CVR_{cal} \geq CVR_{crit}$, e dentre esses, pode-se destacar 21 itens que obtiveram a porcentagem de 100% das respostas como “essenciais”;
- Treze itens obtiveram um $CVR_{cal} < CVR_{crit}$, onde devem ser excluídos do questionário. Somente a dimensão Limpeza não apresentou itens excluídos. O item 4.1- academia de ginástica, referente a dimensão Estrutura, foi o que obteve o menor percentual de essenciais entre todos os itens avaliados com apenas 10,8% como essencial.
- Com a aplicação do método Lawshe neste trabalho proporcionou vantagens como redução do tempo de aplicação e dos custos

5.2 TRABALHOS FUTUROS

Com base neste trabalho propõe-se para trabalhos futuros realizar pesquisa sobre a importância e satisfação dos hóspedes quanto à qualidade de serviços oferecidos pelos hotéis no município de Armação dos Búzios, RJ. Nessa futura pesquisa poderá utilizar o questionário deste trabalho constituindo de itens mantidos, com suas respectivas dimensões e métodos estatísticos apropriados.

REFERÊNCIAS

2018 Digital marketing strategy conference. **Revista HSMAI**, Estados Unidos. Ed. Hsmmai, v. 6, n. 6, 25 out. 2018. Disponível em: <<https://hsmai.org/course/2018-digital-marketing-strategy-conference>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BACEN). **Relatório anual 2018**. Brasília: Banco Central do Brasil, 2019. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

ALMEIDA, Eliana. S. et al. Um Ambiente de Apoio ao Aprendizado de Programação. In: XXII CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE COMPUTAÇÃO, 22., Florianópolis, Santa Catarina, **Anais** [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2018, p. 78-88. Disponível em: <<http://200.17.137.110:8080/licomp/Members/jeanemelo/plonelocalfolderng.2006-04-10.7475913377/PEP/Aulas23/2002SbcAmbap.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2018.

ALMEIDA, Patty Fidelis de et al. Coordenação dos cuidados em saúde pela atenção primária à saúde e suas implicações para a satisfação. **Saúde em Debate**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 94, p.375-391, jul. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/sdeb/v36n94/a10v36n94.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2018.

ÁLVAREZ, Gil, M. J; BURGOS, Jiménez, J.; CÉSPEDES, Lorente, J. J. An analysis of environmental management, organizational context and performance of Spanish hotels. **Omega**, [s.l.], v. 29, n. 6, p. 457-471, dez. 2001. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/s0305-0483\(01\)00033-0](http://dx.doi.org/10.1016/s0305-0483(01)00033-0). Disponível em: <<https://ideas.repec.org/a/eee/jomega/v29y2001i6p457-471.html>>. Acesso em 03 mar. 2019.

ALVES, Melissa Silva et al. Validação de itens de questionário para avaliação no nível de satisfação de uma lanchonete, segundo a percepção de clientes, em Campos dos Goytacazes, RJ. In: AHRENS, Rudy de Barros (Org.). **Coletânea Nacional sobre Engenharia de Produção 4: gestão da qualidade**. Curitiba: Atenas, 2017. cap. 30, p. 428-446.

AQUINO, Joás Tomaz de; JERÔNIMO, Taciana de Barros; MELO, Fagner José Coutinho de. Avaliação da qualidade em serviço de um hotel pelo método servperf. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p.124-141, 11 set. 2015. Disponível em: <<file:///D:/Users/Usuario/Downloads/577-1800-4-PB.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2019.

ARMSTRONG, Cosette M. et al. Sustainable product-service systems for clothing: exploring consumer perceptions of consumption alternatives in Finland. **Journal of Cleaner Production**, Finlândia, v. 97, p. 1-10. 29 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652614000596>>. Acesso em: 2 out. 2018.

BASTIANI, Scheine Neis Alves da Cruz de; MACEDO, Suzana Rodrigues. Sistema brasileiro de classificação dos meios de hospedagem (SBClass) na perspectiva dos

hóspedes. **Navus**: Revista de Gestão de Tecnologia, Florianópolis, Santa Catarina, v. 6, n. , p. 93-114, 14 jul. 2016. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5733235.pdf>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

BEBER, Sedinei José Nardelli; ROSSI, Carlos Alberto Vargas. Estudo da insatisfação do consumidor nos serviços prestados por assistências técnicas autorizadas de automóveis. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba , v. 10, n. 2, p. 33-49, jun. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552006000200003&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 10 mai. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552006000200003>.

BRAKEWOOD, Candace; BARBEA, Sean; WATKINS, Kari. An experiment evaluating the impacts of real-time transit information on bus riders in Tampa, Florida. **Transportation Research Part A: Policy and practice**. Tallahassee, Flórida, p. 409-422. nov. 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.tra.2014.09.003>>. Acesso em: 02 mar. 2019.

BRASIL. Decreto nº 57, de 21 de novembro de 2013. Plano Diretor do Município de Armação dos Búzios. Legislação do Município de Armação dos Búzios. 4. ed. Armação dos Búzios, RJ, 21 nov. 2013. v. 1, n. 7, Seção 3, p. 1 - 52. Disponível em: <<http://www.buzios.rj.gov.br/legislacao>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

BRASIL. Secretaria de Desenvolvimento Urbano – Prefeitura de Búzios. Relatório Anual de Desenvolvimento Urbano da Cidade de Armação dos Búzios - 2017. 2017. Disponível em: <http://www.buzios.rj.gov.br/secretaria_desenvolvimento_urbano>. Acesso em: 02 fev. 2019.

BONILLA, Lluís Codina. **Scopus**: el mayor navegador científico de la web. Quito, Equador: Epn, 2005. Cap. 5. p. 44-49. Disponível em: <<https://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2017/03/Scopus-el-mayor-navegador-cient%C3%ADfico-de-la-web.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2018.

CALLAN, Roger J.; BOWMAN, Lisa. Selecting a hotel and determining salient quality attributes: a preliminary study of mature british travellers. **International Journal of Tourism Research**, [s.l.], v. 2, n. 2, p.97-118, mar. 2000. Wiley. DOI: [http://dx.doi.org/10.1002/\(sici\)1522-1970\(200003/04\)2:23.0.co;2-1](http://dx.doi.org/10.1002/(sici)1522-1970(200003/04)2:23.0.co;2-1). Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/248017703_Selecting_a_hotel_and_determining_salient_quality_attributes_A_preliminary_study_of_mature_British_travelers>. Acesso em: 02 mar. 2019.

CAVALCANTE, Brenno Rangel; SHIMOYA, Aldo; RIBEIRO, Kíssila da Conceição. Validação de questionário sobre o nível de satisfação em uma panificação em Campos dos Goytacazes, RJ. **Revista Vértices**, [s.l.], v. 19, n. 3, p.187-209, 30 dez. 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.19180/1809-2667.v19n32017p187-209>. Disponível em: <<http://www.essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/vertices/article/view/9034/9035%20>>. Acesso em 03 mar. 2019.

CHAGAS, Márcio Marreiro das. Avaliação dos impactos sócio-econômicos do turismo gerados pelo setor hoteleiro: uma análise dos hotéis da Via Costeira –

Natal/RN. *In*: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 6., 2014, Rio Grande do Sul. **Anais** [...]. Santa Catarina: Revista Espaço Acadêmico, 2014. v. 13, n. 153, p. 93 - 104. Disponível em: <<http://ojs.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/viewFile/21577/12383>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

CHANG, Hyejung; KIM, Dohoon. A quality function deployment framework for the service quality of health information websites. **Healthc Inform Res.** 2010 Mar;16(1):6-14. doi: 10.4258/hir.2010.16.1.6. Epub 2010 Mar 31. PubMed PMID: 21818418; PubMed Central PMCID: PMC3089842. Disponível em: <doi: 10.4258/hir.2010.16.1.6>. Acesso em: 11 mar. 2019.

CHIES, Douglas Willian et al. Satisfação dos Hóspedes em Relação ao Atendimento do Hotel Deville em Cascavel – PR. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS - SUSTENTABILIDADE EM EMPREENDIMENTOS LOCAIS, 4., 2016, Cascavel. **Anais** [...]. Paraná: Ccsa, 2016. v. 5, p. 44 - 63. Disponível em: <<http://midas.unioeste.br/sgev/eventos/307/downloadArquivo/11992>>. Acesso em: 10 out. 2018.

CHOI, Tat Y.; CHU, Raymond. Determinants of hotel guests' satisfaction and repeat patronage in the Hong Kong hotel industry. **International Journal of Hospitality Management**, [s.l.], v. 20, n. 3, p.277-297, set. 2001. Elsevier BV. [http://dx.doi.org/10.1016/s0278-4319\(01\)00006-8](http://dx.doi.org/10.1016/s0278-4319(01)00006-8).

CORTE, Maria Romana da. **A qualidade dos serviços hoteleiros na ilha do Porto Santo**. 2009. Dissertação (Dissertação de Mestrado em Ciências Empresariais) - Instituto Superior de Economia e Gestão, Lisboa, Portugal, 2009. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10400.5/1434>>. Acesso em: 02 mar. 2019.

CRONIN, J. Joseph; TAYLOR, Steven A. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. **Journal of Marketing**, Chicago, p. 55-68. 3 jul. 1992. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/1252296>>. Acesso em: 02 out. 2018.

DIAZ, María Catalina Parra; OLIVA, Edison Jair Duque. Análisis de los modelos de medición de calidad percibida del servicio aplicados en la industria de hospitalidad. **Revista Perspectiva Empresarial**, [s.l.], v. 2, n. 2, p.35-54, 1 set. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.16967/rpe.v2n2a4>. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/305245231_Analisis_de_los_modelos_de_medicion_de_calidad_percibida_del_servicio_aplicados_en_la_industria_de_hospitalidad>. Acesso em 03 mar. 2019.

FREITAS, André Luís Policani. Uma abordagem multicritério para a classificação de hotéis. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 42, n. 3, p.338-348, 2007. Disponível em: <http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=1237>. Acesso em: 18 fev. 2019.

Fundo Monetário Internacional - FMI. RELATÓRIO Anual do FMI. 2018. Disponível em: <<https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2018/eng/assets/pdf/imf-annual-report-2018-pt.pdf>>. Acesso em: 25 fev. 2019

GALVAO, Maria Cristiane Barbosa; PLUYE, Pierre; RICARTE, Ivan Luiz Marques. Métodos de pesquisa mistos e revisões de literatura mistas: conceitos, construção e critérios de avaliação. **Incid: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v. 8, n. 2, p.4-24, 4 out. 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2178-2075.v8i2p4-24>. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/view/0000027393/0a86701d32f4e6dd6fec819c87bbf7a1>>. Acesso em 03 mar. 2019.

GÂNDARA, José Manoel Gonçalves; BREA, Jose Antonio Fraiz; MANOSSO, Franciele Cristina. Calidad de la experiencia en los hoteles termales de Galicia, España: Un análisis a través de la reputación online. **Estudios y Perspectivas En Turismo**, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina, v. 22, n. 3, p.492-525, 2013.

GARCÍA-ALMEIDA, Desiderio Juan; FERNÁNDEZ-MONROY, Margarita; SAÁ-PÉREZ, Petra de. Dimensions of Employee Satisfaction as Determinants of Organizational Commitment in the Hotel Industry. **Human Factors And Ergonomics In Manufacturing & Service Industries**, [s.l.], v. 25, n. 2, p.153-165, 26 ago. 2014. DOI: <https://doi.org/10.1002/hfm.20539>. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/hfm.20539>>. Acesso em: 10 out. 2018.

GONÇALVES, Joana da Conceição Rocha. **Análise da importância VS satisfação da qualidade dos serviços do Exe Penafiel Park Hotel & Spa. 2016.** Tese (Doutorado em Gestão de Empresas) – Instituto Politécnico de Bragança, Associação de Politécnicos do Norte (APNOR), Bragança Paulista, 2016. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10198/14245>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

GONÇALVES, Tiago André Carvalho. **A Percepção da Qualidade dos Serviços: O caso Pousada de Óbidos.** Tese (Doutorado em Marketing e Comunicação) - Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais, Instituto Politécnico de Coimbra, Coimbra, 2018. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/24097/1/TIAGO_GONCALVES.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2019.

GOUVEIA, Giselle Campos et al. Health care users' satisfaction in Brazil, 2003. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 21, p.109-118, 04 maio 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2005000700012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 23 set. 2018.

GRÖNROOS, Christian. A Service Quality Model and its Marketing Implications. **European Journal of Marketing**, [s.l.], v. 18, n. 4, p.36-44, abr. 1984. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/eum000000004784>.

GUZZO, Renata Fernandes; NASCIMENTO, Luis Felipe Machado do. Práticas ambientais y desempeño organizacional en la hotelería: Un estudio de sus relaciones en la ciudad de Porto Alegre, Brasil. **Estudios y Perspectivas En Turismo**, Buenos Aires, v. 22, n. 2, p. 294-313, 2013.

HAYS, Julie M.; HILL, Arthur V. A longitudinal study of the effect of a service guarantee on service quality. **Production And Operations Management**, [s.l.], v. 10, n. 4, p.405-423, 5 jan. 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1937-5956.2001.tb00084.x>. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1937-5956.2001.tb00084.x>>. Acesso em 03 mar. 2019.

Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais – IBAMA. Renováveis. **Instrução normativa**: nº 6, DE 24 DE Março de 2014. 2014. Disponível em:<http://www.ibama.gov.br/phocadownload/relatorios/atividades_poluidoras/ibama_in_06_2014_24-03-2014-rapp.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2019.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas - IBGE. **Divulgação de Indicadores**. 2018. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/paisesat/>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas - IBGE. **IBGE Armação dos Búzios**. 2018. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/armacao-dos-buzios/panorama>>. Acesso em: 18 fev. 2019.

JIANG, James J.; KLEIN, Gary; CARR, Christopher L. Measuring Information Systems Service Quality: SERVQUAL from the Other Side. **Mis Quarterly**, Minnesota, v. 2, n. 26, p.145-166, 14 fev. 2002.

KIM, Byoungsoo. An empirical investigation of mobile data service continuance: Incorporating the theory of planned behavior into the expectation–confirmation model. **Expert Systems With Applications**, [s.l.], v. 37, n. 10, p.7033-7039, out. 2010. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2010.03.015>. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S095741741000196X?via%3Dihub>>. Acesso em: 10 out. 2018.

LAWSHE, C. H. A Quantitative Approach to Content Validity. In: LAWSHE, C. H.. **Personnel Psychology**. 28. ed. Estados Unidos: Bowling Green State University, 1975. p. 563-575. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1744-6570.1975.tb01393.x/references>>. Acesso em: 01 ago. 2015.

LEWIS, Robert C. The Basis off Hotel Selection. **Sage Journals: Cornell Hospitality Quarterly**. Melbourne, v. 25, n. 1, p. 54-59, 1996. DOI: <https://doi.org/10.1177/001088048402500120>. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/001088048402500120>>. Acesso em: 10 out. 2018.

LIMA, Thiago Gomes de. **Análise da Percepção dos Hospedes**: um Estudo Sobre Critérios de Avaliação da Qualidade dos Serviços em Hotelaria. 2015. 114 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Cândido Mendes, Campos dos Goytacazes, 2015.

MACIE, Mauricio Bernhardt. **Satisfação do consumidor com o serviço de telefonia móvel no Brasil**: um estudo exploratório. 2004. 117 f. Dissertação

(Mestrado) - Curso de Mestrado em Administração de Empresas, Coppead – Instituto de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <https://www.coppead.ufrj.br/upload/publicacoes/Mauricio_Maciel.pdf>. Acesso em: 19 set. 2018.

MADANÇOS, Marta Sofia Pereira. **Estratégias de preços na indústria hoteleira e a sua influência na receita de alojamento**. Dissertação (Dissertação de Mestrado em Economia) - Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Porto, Portugal, 2015. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/79993/2/36260.pdf>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

MATOS, Maykon da Silva et al. Estudo Bibliométrico Sobre a Aplicação do Método de Lawshe em Questionário Sobre Satisfação de Clientes de Marcenarias. In: AHRENS, Rudy de Barros. **Coletânea Nacional Sobre Engenharia de Produção 4: Gestão da Qualidade**. 4. ed. Curitiba: Atena, 2017. cap. 20. p. 282-297. Disponível em: <<http://www.atenaeditora.com.br/wp-content/uploads/2017/04/Coletanea-Nacional-sobre-Engenharia-de-Producao-4-Gestao-da-Qualidade.pdf>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

MENSAH, Ishmael. Environmental management practices among hotels in the greater Accra region. **International Journal of Hospitality Management**, [s.l.], v. 25, n. 3, p.414-431, set. 2006. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.02.003>. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431905000198>>. Acesso em 03 mar. 2019.

MEYER, Susan M.; COLLIER, David A. An empirical test of the causal relationships in the Baldrige Health Care Pilot Criteria. **Journal of Operations Management**, v.19, n. 4, Reino Unido, p. 403-426. 04 jul. 2001. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0272-6963\(01\)00053-5](https://doi.org/10.1016/S0272-6963(01)00053-5). Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1016/S0272-6963%2801%2900053-5>>. Acesso em: 23 set. 2018.

MIN, Hokey; MIN, Hyesung. Benchmarking the quality of hotel services: managerial perspectives. **Journal of Quality & Reliability Management**. Reino Unido, p. 582-597. 12 ago. 1997. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1108/02656719710186209>>. Acesso em: 23 set. 2018.

Ministério do turismo. Portarias (EMBRATUR). Brasil: Embratur, 2018. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/2003.html>>. Acesso em: 18 fev. 2019.

OTTO, Gabriela. **Cenário da Hotelaria em 2019**. 2019. Disponível em: <<http://blog.panrotas.com.br/check-in/index.php/2019/01/16/o-cenario-da-hotelaria-em-2019/#.XMSVI-hKjIU>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, Valarie A.; BERRY, Leonard L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal Of Retailing**, Cambridge, v. 64, n.1, p. 12-40, out. 1988.

PENA, Mileide Moraes. Análise do grau de satisfação de usuários de um hospital universitário privado: uma abordagem multissetorial. **Biblioteca Digital da Usp**, [s.l.], v. 25, p.197-203, 02 jun. 2010. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/d.7.2010.tde-01072010-150557>. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/7/7140/tde-01072010-150557/pt-br.php>. Acesso em: 02 fev. 2019.

PEREIRA, Junior; NOGUEIRA, Airton. **Relação entre os resultados do estudo de competitividade do turismo nacional e a agenda do Ministério do Turismo**. 2015. 121 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Administração Pública, Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2015. Cap. 8. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10438/14976>. Acesso em: 18 fev. 2019.

RODRIGUES, Rafael Ramon Fonseca. **Inovação e Vantagem Competitiva entre Empresas de Hospitalidade**. Dissertação (Dissertação de Mestrado em Estratégia e Competitividade) - Programa de pós-graduação em Administração - PPGA, Universidade Potiguar (UNP), Natal, 2015. Disponível em: <https://unp.br/wp-content/uploads/2015/05/INOVA%C3%87%C3%83O-E-VANTAGEM-COMPETITIVA-ENTRE-EMPRESAS-DE-HOSPITALIDADE.pdf>. Acesso em: 10 out. 2018.

RODRIGUES, Ricardo Mader; CUNTO, Kuki Di. GRUPO JLL (Brasil). Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil. **Hotelaria em Números Brasil 2015**. 2015. 20 p. Disponível em: http://investimento.turismo.gov.br/images/JLL_FOHB_HotelariaemNmerosBrasil_2015_LodgingIndustryinNumbersBrazil2015.pdf. Acesso em: 18 fev. 2019.

SALLES, Sérgio Augusto Faria et al. Avaliação de um supermercado sob a percepção dos clientes: determinação da validade de itens do questionário. *In: ENCONTRO INTERESTADUAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO*, 1., 2015. **Anais** [...]. Einepro, São João da Barra: Einepro, v. 1, n. 1, p.1-2, abr. 2015.

SANTOS, Cristiane Pizzutti dos. **Impacto do gerenciamento de reclamações na confiança e lealdade do consumidor, no contexto de trocas relacionais de serviços**: construção e teste de um modelo teórico. 2001. 252 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Escola de Administração. Programa de Pós-graduação em Administração., Porto Alegre, 2001. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/1758>. Acesso em: 02 fev. 2019.

SCHEJTER, Amit M. et al. Policy implications of market segmentation as a determinant of fixed-mobile service substitution: What it means for carriers and policy makers. **Telematics And Informatics**, [s.l.], v. 27, n. 1, p.90-102, fev. 2010. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2009.05.002>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585309000215>. Acesso em: 03 mar. 2019.

SCHWEISFURTH, Tim G.; RAASCH, Christina. Absorptive capacity for need knowledge: Antecedents and effects for employee innovativeness. **Research Policy**,

[s.l.], v. 47, n. 4, p.687-699, maio 2018. Disponível em:
<<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733318300246>>. Acesso em: 03 mar. 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.017>.

SEBRAE. **Relatório de Gestão do Exercício de 2016**: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro. 2016. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/Indice_competitividade/2015/Armacao%20dos%20Buzios_RA_2015.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2019.

SEVIGNANI, Rodrigo. O Clima Organizacional como Fator de Qualificação dos Serviços Hoteleiro: Uma Análise No Hotel X. *In*: FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO, 1., 2017, Foz do Iguaçu. **Anais** [...]. Foz do Iguaçu: Secretaria do Turismo Foz do Iguaçu, 2017. v. 1, p. 1-13. Disponível em:
<<http://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/3.-O-CLIMA-ORGANIZACIONAL-COMO-FATOR-DE-QUALIFICA%C3%87%C3%83O-DOS-SERVI%C3%87OS-HOTELEIROS.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2018.

SOUZA, Natália Aparecida Pereira. **Qualidade no atendimento dos serviços de hotelaria em Ribeirão Preto**: diferenças entre turistas de negócios e lazer. Dissertação (Mestrado em Administração de Organizações) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2010. Disponível em:
<<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/96/96132/tde-14012011-100732/pt-br.php>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

STECCA, Fabiana Letícia Pereira Alves et al. Qualidade em serviços hoteleiros: um estudo do clima organizacional por meio da análise de correspondência. **Cadernos do Ime**: Série Estatística, Rio de Janeiro, v. 29, n. 1, p.17-30, 25 jan. 2010. Disponível em: <dx.doi.org/10.12957/cadest>. Acesso em: 19 set. 2018.

STR. **Reports 2018**: STR provides premium data benchmarking, analytics and marketplace insights for global hospitality sectors. 2018. Disponível em:
<<https://www.str.com/>>. Acesso em: 02 out. 2018.

SUZUKI, Yoshinori; TYWORTH, John E.; NOVACK, Robert A. Airline market share and customer service quality: a reference-dependent model. **Transportation Research Part A: Policy and Practice**, [s.l.], v. 35, n. 9, p.773-788, nov. 2001. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/s0965-8564\(00\)00016-1](http://dx.doi.org/10.1016/s0965-8564(00)00016-1). Disponível em:
<https://www.researchgate.net/publication/222118085_Airline_Market_Share_and_Customer_Service_Quality_A_Reference_Dependent_Model>. Acesso em mar. 2019.

THEORGA, Andréa Brito. Os observatórios de turismo no Brasil. 2016. 138 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

TOALDO, Ana Maria Machado. Processo de formulação de layouts em supermercados convencionais no Brasil. **REGE Revista De Gestão**, São PAULO, v.17, n. 4, 2010. Disponível em:
<<http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36719>>. Acesso em: 03 mar. 2019.

TRENTIN, Fábila. Governança turística em destinos brasileiros: comparação entre Armação dos Búzios/RJ, Paraty/RJ e Bonito/MS. **Pasos**, Santa Cruz de Tenerife, v. 14, n. 3, p. 645-658, jun. 2017. Disponível em: <http://www.pasosonline.org/en/articles/879-volumen_14>. Acesso em: 02 out. 2018.

VEGA, Abner Vélez. Construcción preliminar de la Escala de Percepción de Rumor Organizacional (EPRO) en una muestra de trabajadores en Puerto Rico. **Informes Psicológicos**, [s.l.], v. 19, n. 1, p.69-84, 29 maio 2018. Disponível em: <<https://revistas.upb.edu.co/index.php/informespsicologicos/article/view/8732>>. Acesso em: 10 out. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.18566/infpsic.v19n1a04>.

VIEREGGE, Michael et al. Mature travelers to Thailand: A study of preferences and attributes. **Journal of Vacation Marketing**, [s.l.], v. 13, n. 2, p.165-179, abr. 2007. SAGE Publications. DOI: <<https://doi.org/10.1177/1356766707074739>>. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1356766707074739>>. Acesso em: 03 mar. 2019.

WTTC. **Travel & Tourism Economic Impact 2017 World**. 2017. Disponível em: <https://www.wttc.org/> . Acesso em: 02 fev 2019.

Apêndice 1

 <div style="display: inline-block; vertical-align: middle; text-align: center;"> <p>UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES</p> </div>	DATA: / / 2018 Nº:
UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES- UNIDADE CAMPOS	

Prezado(a) Sr(a), gostaria de convidá-lo(a) a participar de uma entrevista para avaliação da satisfação dos hóspedes em relação aos serviços prestados pelos hotéis. Caso aceite você estará colaborando com uma pesquisa que faz parte do curso de mestrado que estou realizando na UCAM – Campos dos Goytacazes, RJ. Obrigado.

Questionário aplicado aos hospedes para avaliação da satisfação dos serviços em hospedagem de hotéis em Armação dos Búzios-RJ

Dimensão / Itens	(1) Não essencial	(2) Essencial	(NS) Não sei
1. Atendimento	(1)	(2)	(NS)
1.1. Atendimento de Check In	(1)	(2)	(NS)
1.2. Atendimento de Check Out	(1)	(2)	(NS)
1.3. Carregador de Bagagem	(1)	(2)	(NS)
1.4. Competência dos Funcionários	(1)	(2)	(NS)
1.5. Cortesia / Cordialidade	(1)	(2)	(NS)
1.6. Cuidado e Atenção Individual Oferecidos Espontaneamente	(1)	(2)	(NS)
1.7. Eficiência e Rapidez na Solução de Problemas	(1)	(2)	(NS)
1.8. Profissionalismo da Equipe	(1)	(2)	(NS)
1.9 Simpatia	(1)	(2)	(NS)
1.10. Tempo de Espera	(1)	(2)	(NS)
2. Localização	(1)	(2)	(NS)
2.1. Acompanhamento do Cliente ao Setor Específico	(1)	(2)	(NS)
2.2. Conveniência da Localização do Estabelecimento	(1)	(2)	(NS)
2.3. Facilidade de Acesso ao Estabelecimento	(1)	(2)	(NS)
2.4. Próximo á Áreas Movimentadas (Centro)	(1)	(2)	(NS)
2.5. Segurança	(1)	(2)	(NS)
2.6. Sinalização	(1)	(2)	(NS)
3. Espaço Físico	(1)	(2)	(NS)
3.1. Emoções Geradas / Impacto	(1)	(2)	(NS)
3.2. Facilidades de Usar	(1)	(2)	(NS)
3.3. Organização do Hotel	(1)	(2)	(NS)
3.4. Privacidade	(1)	(2)	(NS)
3.5. Qualidade do Produto / Serviço	(1)	(2)	(NS)
3.6. Segurança	(1)	(2)	(NS)
3.7. Satisfação Geral dos Usuários	(1)	(2)	(NS)
3.8. Sinalização	(1)	(2)	(NS)
3.9. Temperatura Ambiente	(1)	(2)	(NS)
3.10. Ventilação	(1)	(2)	(NS)
4 Estrutura	(1)	(2)	(NS)
4.1. Academia de Ginástica	(1)	(2)	(NS)
4.2. Área para Fumantes e não Fumantes	(1)	(2)	(NS)
4.3. Área de Lazer	(1)	(2)	(NS)
4.4. Busca das Melhorias Práticas	(1)	(2)	(NS)
4.5. Condição da Estrutura do Hotel	(1)	(2)	(NS)
4.6. Elevadores	(1)	(2)	(NS)
4.7. Equipamentos Modernos	(1)	(2)	(NS)
4.8. Estrutura Organizacional	(1)	(2)	(NS)
4.9. Estacionamento	(1)	(2)	(NS)
4.10. Facilidades Tecnológicas	(1)	(2)	(NS)

Questionário aplicados aos hóspedes para avaliação da satisfação dos serviços em hospedagem de hotéis em Armação dos Búzios-RJ (continuação)

Dimensão / Itens	(1) Não essencial	(2) Essencial	(NS) Não sei
4 Estrutura	(1)	(2)	(NS)
4.11. Internet / WIFI	(1)	(2)	(NS)
4.12 Limpeza	(1)	(2)	(NS)
4.13. Manutenção	(1)	(2)	(NS)
4.14. Piscina	(1)	(2)	(NS)
5. Meio Ambiente			
5.1. Alternativas Energéticas (ex Placas Solares para Aquecimento de Água)	(1)	(2)	(NS)
5.2. Benefício Ambiental	(1)	(2)	(NS)
5.3. Controle dos Resíduos Gerados (ex: Coleta Seletiva)	(1)	(2)	(NS)
5.4. Divulgação das Informações / Atividades relacionadas à questão Ambiental.	(1)	(2)	(NS)
5.5. Equipamentos de Controle de Desperdícios (ex Sensores de Iluminação de Água)	(1)	(2)	(NS)
6. Alimentação (Alimento e Bebidas)	(1)	(2)	(NS)
6.1. Café da Manhã (Variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	(1)	(2)	(NS)
6.2. Flexibilidade de Horários (ex: serviço de café da manhã com horário ampliado)	(1)	(2)	(NS)
6. Alimentação (Alimento e Bebidas)	(1)	(2)	(NS)
6.3. Almoço (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	(1)	(2)	(NS)
6.4. Jantar (variedade, quantidade, aparência, aroma e sabor dos alimentos)	(1)	(2)	(NS)
6.5. Qualidade do Produto / Serviço	(1)	(2)	(NS)
6.6. Atitude do Atendente	(1)	(2)	(NS)
6.7. Eficiência no Pedido do Restaurante	(1)	(2)	(NS)
7. Limpeza			
7.1. Acomodações	(1)	(2)	(NS)
7.2. Funcionários (Apresentação, Uniformes, Procedimentos)	(1)	(2)	(NS)
7.3. Instalações (Recepção, corredores, Áreas comuns)	(1)	(2)	(NS)
7.4. Louças e Talheres	(1)	(2)	(NS)
7.5. Oferta de Produtos de Higiene Pessoal	(1)	(2)	(NS)
7.6. Rapidez na Execução dos Serviços	(1)	(2)	(NS)
7.7. Roupas de Cama e Banho	(1)	(2)	(NS)
7.8. Treinamento das Equipes	(1)	(2)	(NS)
8. Preço Cobrado na Diária	(1)	(2)	(NS)
8.1. Adequação as Formas de Pagamento	(1)	(2)	(NS)
8.2. Compatibilidade do Nível Oferecido da Acomodação com o Valor Cobrado	(1)	(2)	(NS)
8.3. Compatibilidade do Nível Oferecido da Alimentação com o Valor Cobrado	(1)	(2)	(NS)
8.4. Compatibilidade da Ambientação, conforto e decoração com o Valor Cobrado	(1)	(2)	(NS)
8.5. Explicação do Orçamento	(1)	(2)	(NS)
8.6. Nota Fiscal	(1)	(2)	(NS)
8.7. Precisão das Contas	(1)	(2)	(NS)
8.8. Satisfação Geral dos Usuários	(1)	(2)	(NS)
8.9. Valor	(1)	(2)	(NS)
8.10. Vendas pela Internet	(1)	(2)	(NS)

Fonte: Autor (2019).