

## **EMPREGO DE MÉTODOS DE AMD NA AVALIAÇÃO DE ESTABELECIMENTOS DE HOSPEDAGEM VIA *INTERNET*: NOVAS PERSPECTIVAS DO MERCADO HOTELEIRO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES**

*Cruz N.A.C.C.<sup>1</sup>, Freitas A.L.P.<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>UENF/Laboratório de Engenharia de Produção, nina.chartuni@gmail.com

<sup>2</sup>UENF/Laboratório de Engenharia de Produção, policani@uenf.br

**Resumo** – Atualmente, o município de Campos dos Goytacazes vem recebendo muitos investimentos, relacionados à construção do Porto do Açú, e às novas descobertas de petróleo na camada pré-sal, gerando expectativas de crescimento na região. A chegada de redes hoteleiras na cidade também promete acirrar a competição no setor. Apesar de sua relevância para o desenvolvimento econômico nacional, Campos não é considerado um centro industrial ou turístico, e há indícios que seus estabelecimentos não estão preparados para enfrentar a expansão de hotéis econômicos. Nesse contexto, estariam os estabelecimentos da cidade preparados para enfrentar essas novas ameaças externas? Conseguiriam estes acompanhar o ritmo de crescimento do mercado atual e manter-se competitivos nesse novo cenário? Com a realização deste trabalho, esperamos fornecer informações e subsídios para que os gerentes dos hotéis de Campos dos Goytacazes possam se preparar, atuar nas suas deficiências e assumir uma nova postura, garantindo assim a competitividade e sobrevivência dessas empresas no mercado.

**Palavras-chave:** qualidade, serviços hoteleiros e competitividade.

**Área do Conhecimento:** Gestão da Qualidade

### **Introdução**

O setor turístico ocupa espaço relevante na economia mundial, em especial o ramo hoteleiro, caracterizado como um dos melhores segmentos de investimento na última década (MAFALDO, 2005).

Atualmente as redes hoteleiras estão em constante crescimento e têm apostado na expansão de suas marcas econômica por todo o Brasil (ABIH, 2008). Esta expansão já atinge o interior do estado do Rio de Janeiro, em particular, a cidade de Campos dos Goytacazes, que receberá dois hotéis de redes, determinando novo nível de competitividade do setor na região (EXAME, 2007).

Portanto, o acesso a informações precisas e confiáveis é fundamental para os estabelecimentos se manterem competitivos

no mercado. Estes devem fornecer *homepages* com informações detalhadas que facilitem a comparação de seus serviços e instalações pelos clientes (CÂNDIDO, 2001).

Neste contexto, esta pesquisa objetivou: avaliar as principais redes atuantes no Brasil e os estabelecimentos de hospedagem em Campos através de informações fornecidas nos sites destes; e identificar os aspectos críticos passíveis de intervenção, de forma a prepará-los para as possíveis ameaças proporcionadas por essa nova fase de desenvolvimento na região.

### **Metodologia**

No artigo será utilizada uma abordagem multicritério fundamentada no emprego de dois dos métodos elementares de auxílio à

tomada de decisão a fim de avaliar estabelecimentos de hospedagem segundo a percepção de prováveis hóspedes. Mais especificamente, serão empregados os métodos de Média Ponderada e Média Não-Ponderada. A consulta às *homepages* é realizada em geral de maneira dinâmica, em que a percepção das características e da qualidade dos estabelecimentos de hospedagem é realizada de forma rápida, o que justifica o emprego destes métodos.

Foram avaliados apenas os estabelecimentos de Campos dos Goytacazes que apresentavam suas *homepages* em funcionamento, são eles: Hotel Pousada Cravo e Canela, Hotel Canaan, Hotel Fazenda Pedra Lisa, Pousada das Garças, Pousada dos Chalés, Via Park Flat Service, Hotel Terrazo Tourist, Palace Hotel e Jardim de Allah Flat Service, representados por E1, E2, E3, ..., E9 durante a avaliação.

Em relação às maiores redes hoteleiras, foram avaliadas as marcas econômicas instaladas no país, são elas: Ibis e Formule 1 (Accor), Go Inn (Atlantica Hotels), Othon Travel (Othon), Holiday Inn Express (InterContinental Hotels), Bristol Hotels e Resorts Padrão Flexy (Bristol Hotéis & Resorts), Blue Tree São José dos Campos e Blue Tree Towers Joinville (Blue Tree Hotels), Transamerica Flat The First e Transamerica Flat Parságada (Transamerica Flats), que serão representados por  $h_1$ ,  $h_2$ ,  $h_3$ , ...,  $h_{11}$  (RAIO-X, 2010). Por questão de preservação de identidade, convencionou-se que a ordem da codificação não está relacionada à ordem dos estabelecimentos listados anteriormente.

A abordagem proposta *não objetiva avaliar a homepage* dos mesmos, mas sim avaliar os estabelecimentos e fornecer informações relevantes para o decisor e gestores dos estabelecimentos (FREITAS & MORAIS & BRITO, 2008).

Abaixo estão representadas as etapas que a abordagem propõe:

(i) Identificação dos estabelecimentos de hospedagem a serem avaliados.

(ii) Especificação dos critérios relevantes ao problema.

(iii) Especificação da escala de julgamentos de cada estabelecimento de hospedagem à luz de cada critério.

(iv) Avaliação da importância (peso) de cada critério.

(v) Avaliação dos estabelecimentos de hospedagem à luz de cada critério

(vi) Emprego de métodos elementares de AMD.

No Método da Média Ponderada é considerado o grau de importância (peso) de cada critério  $j$ , denotado por  $p_j$ . Todos os critérios devem ser expressos em unidades idênticas e as diferenças entre os valores à luz dos vários critérios podem ser compensados. A alternativa escolhida é aquela que obtiver a maior média ponderada.

O Método da Média Não-Ponderada é um caso particular do método anterior, que ocorre quando decisor não deseja ou não se considera capaz de definir a importância dos critérios, considerando, portanto, a soma dos pontos de cada alternativa. A alternativa de maior média é a escolhida.

(vii) Análise e interpretação dos resultados.

## Resultados

Para avaliar e ordenar os estabelecimentos localizados em diversas regiões do mundo, foram empregados dois métodos elementares de auxílio à tomada de decisão, o método da Média Ponderada (MP) e da Média Não Ponderada (MNP). A avaliação foi feita através da percepção de um possível hóspede durante a consulta das *homepages* de cada estabelecimento, à luz dos critérios apresentados no Tabela 1.

Tabela 1. Critérios e subcritérios

Critérios	Subcritérios
Preço (peso = 0,30)	Valor em reais de uma diária em suíte casal <i>Standard</i> ;
Acomodações (peso = 0,35)	2.1 TV; 2.2 Telefone; 2.3 Internet; 2.4 Frigobar; 2.5 Ar condicionado; 2.6 Mobiliário visivelmente agradável; 2.7 Banheiro visivelmente agradável; 2.8 Cofre; 2.9 Cama confortável; 2.10 Ambiente visivelmente agradável
Instalações (peso = 0,05)	3.1 Fachada visivelmente agradável; 3.2 Instalações internas visivelmente agradáveis; 3.3 Elevador; 3.4 Piscina; 3.5 Sauna; 3.6 Sala de convenções; 3.7 Academia; 3.8 Restaurante visivelmente agradável; 3.9 Adaptação para deficientes físicos
Atendimento (peso = 0,15)	4.1 Fotos do hotel; 4.2 <i>E-mail</i> para contato; 4.3 Atendimento <i>on-line</i> ; 4.4 Reserva pelo <i>site</i> ; 4.5 Cotação de preços pelo <i>site</i> ; 4.6 Orientação da localização do hotel
Serviços (peso = 0,15)	5.1 Serviço de lavanderia; 5.2 Serviço de quarto (limpeza e arrumação); 5.3 Serviço de quarto (atendimento de pedidos); 5.4 Café da manhã (cardápio variado); 5.5 Almoço (cardápio variado); 5.6 Jantar (cardápio variado); 5.7 Cozinha 24 horas

Uma escala de medida métrica, intervalar de cinco pontos, foi utilizada para a avaliação, cujos valores variam de *Muito Bom* a *Muito Ruim* (vide Tabela 2). N.O. significa que o item não é oferecido ou não é informado na *homepage*.

Tabela 2 – Escala para a avaliação das alternativas

Muito Bom	Bom	Regular	Ruim	Muito Ruim	N.O.
1,0	0,8	0,6	0,4	0,2	0

O Tabela 3 apresenta as avaliações dos estabelecimentos em Campos (por restrição de espaço, as avaliações dos demais hotéis não foram apresentados). Todos os dados foram normalizados à luz de cada critério, tal que estes tenham a mesma unidade de medida.

Tabela 3. Avaliação dos estabelecimentos

	e <sub>1</sub>	e <sub>2</sub>	e <sub>3</sub>	e <sub>4</sub>	e <sub>5</sub>	e <sub>6</sub>	e <sub>7</sub>	e <sub>8</sub>	e <sub>9</sub>
<b>1</b>	<b>185</b>	<b>160</b>	<b>180</b>	<b>149</b>	<b>122</b>	<b>110</b>	<b>110</b>	<b>80</b>	<b>100</b>
<b>2.1</b>	0,4	0,6	0,8	0,6	0,6	0,6	0,4	0,6	0,6
<b>2.2</b>	0	1	1	0,8	0,8	0	1	1	0
<b>2.3</b>	0	0	0,8	0,8	0	0,8	0,8	0,8	0
<b>2.4</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	0
<b>2.5</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>2.6</b>	0,2	0	0,8	0,6	0,6	0,6	0,8	0,6	0,4
<b>2.7</b>	0	0	0	1	0	0	0	0	0,6
<b>2.8</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>2.9</b>	0,6	0	0,8	0,6	0,6	0,8	1	0,8	0,6
<b>2.10</b>	0,4	0	0,8	0,6	0,6	0,6	1	0,6	0,4
<b>Σ</b>	<b>3,6</b>	<b>3,6</b>	<b>7,0</b>	<b>7,0</b>	<b>5,2</b>	<b>5,4</b>	<b>7,0</b>	<b>6,4</b>	<b>3,6</b>
<b>3.1</b>	0	0,8	1	0,8	0	0	0	0,8	0,6
<b>3.2</b>	0,4	0,6	1	1	0,6	0,6	1	0,6	0,4
<b>3.3</b>	0	1	1	1	0	0	0	0	0
<b>3.4</b>	0,8	0	1	0	0	0	0	0,8	1
<b>3.5</b>	0	0	1	0	0	0	0	0,6	0
<b>3.6</b>	0,4	0	1	0,6	0,6	0	0	0	0,4
<b>3.7</b>	0	0	0,6	0	0	0	0	0	0
<b>3.8</b>	0	0	0,8	1	0,6	0	0	0	0
<b>3.9</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Σ</b>	<b>1,6</b>	<b>2,4</b>	<b>7,4</b>	<b>4,4</b>	<b>1,8</b>	<b>0,6</b>	<b>1,0</b>	<b>2,8</b>	<b>2,4</b>
<b>4.1</b>	0,4	0,2	1	0,8	0,8	0,6	0,8	0,6	0,4
<b>4.2</b>	1	1	1	1	1	1	0	0	0
<b>4.3</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>4.4</b>	0,8	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>4.5</b>	1	1	1	0	1	0	0,2	0	0
<b>4.6</b>	1	1	1	0,6	1	0,8	1	0,2	0,6
<b>Σ</b>	<b>5,2</b>	<b>5,2</b>	<b>6,0</b>	<b>4,4</b>	<b>5,8</b>	<b>4,4</b>	<b>4,0</b>	<b>2,8</b>	<b>3,0</b>
<b>5.1</b>	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<b>5.2</b>	0,4	0	1	0,8	0,8	0,8	1	0,8	0,8
<b>5.3</b>	0	0	1	0	0	0,8	0	0	0
<b>5.4</b>	0,4	0,6	0,8	0,8	0,6	0,8	1	0,6	0,6
<b>5.5</b>	0,6	0	0,6	1	0,6	0	0	0	0
<b>5.6</b>	0,6	0	0,6	1	0,6	0	0	0	0
<b>5.7</b>	0	0,8	0,8	0,8	0,8	0	0	0	0
<b>Σ</b>	<b>2,0</b>	<b>1,4</b>	<b>4,8</b>	<b>4,4</b>	<b>3,4</b>	<b>3,4</b>	<b>2,0</b>	<b>1,4</b>	<b>1,4</b>

Ao critério *Preço* foi atribuído sinal negativo, pois este possui direção de preferência inversa, ou seja, dados dois estabelecimentos, maior preferência será dada àquele que oferecer diária de menor valor.

Os estabelecimentos do município que obtiveram os maiores valores em ambos os métodos foram  $e_3$  e  $e_4$ . Em relação aos hotéis de redes, as melhores alternativas, nos dois métodos, foram  $h_{10}$  e  $h_4$  (Tabela 4).

Tabela 4. Resultados obtidos no estudo

Ord	Ordenação 'redes'				Ordenação 'local'			
	MP		MNP		MP		MNP	
1.º	$h_{10}$	0,51	$h_{10}$	3,20	$e_4$	0,41	$e_3$	3,00
2.º	$h_4$	0,46	$h_4$	3,08	$e_3$	0,40	$e_4$	2,61
3.º	$h_7$	0,43	$h_7$	2,61	$e_6$	0,36	$e_5$	2,38
4.º	$h_6$	0,38	$h_5$	2,56	$e_5$	0,34	$e_6$	1,99
5.º	$h_5$	0,34	$h_6$	2,40	$e_7$	0,32	$e_8$	1,70
6.º	$h_2$	0,34	$h_9$	2,26	$e_8$	0,30	$e_7$	1,60
7.º	$h_3$	0,32	$h_3$	2,23	$e_9$	0,22	$e_9$	1,57
8.º	$h_1$	0,28	$h_1$	2,22	$e_2$	0,13	$e_2$	1,31
9.º	$h_8$	0,27	$h_2$	2,08	$e_1$	0,11	$e_1$	1,31
10.º	$h_9$	0,25	$h_8$	2,03				
11.º	$h_{11}$	0,17	$h_{11}$	1,54				

Por outro lado,  $e_1$  e  $e_2$  foram os piores estabelecimentos do município em todas as análises. Além disso,  $h_{11}$  foi o pior hotel de rede nos dois métodos empregados.

## Discussão

Este artigo propôs uma abordagem multicritério fundamentada no emprego de dois dos métodos elementares de auxílio à tomada de decisão, a fim de avaliar estabelecimentos de hospedagem segundo a percepção de prováveis hóspedes.

Durante a avaliação, o decisor se deparou com algumas deficiências generalizadas das *homepages* que foram visitadas. A exemplo, podemos citar a não citação da disponibilidade de elevadores e banheiros na maioria dos estabelecimentos avaliados. Em relação ao subcritério *elevador*, durante a avaliação foi observada a presença de imagens da fachada, ou seja, se os estabelecimentos eram prédios de mais de quatro andares. Caso fosse, atribuído o valor 1 neste subcritério na alternativa analisada.

Além disso, pode ser observado que a maioria dos estabelecimentos do município de Campos dos Goytacazes não atribui grande importância ao critério *Instalações - Cr<sub>3</sub>*, com maior pontuação de 7,4 pontos, e menor de 1,0 ponto, num total de 9,0 pontos. Apesar de ter seu maior valor (7,4 pontos) próximo ao maior valor atribuído a este critério nas alternativas de cadeias hoteleiras (7,6 pontos), vale salientar que o restante das alternativas relativas aos estabelecimentos do município obteve valores bem abaixo deste, sendo a média deste critério 5,64 e 3,29 nas alternativas de redes e estabelecimentos de Campos, respectivamente.

Adicionalmente, os subcritérios 3.5 e 3.9, *sauna* e *adaptação para deficientes físicos*, relativos ao critério *Instalações* estão presentes em cerca de 50% das alternativas de hotéis de cadeias hoteleiras, enquanto que, se mostram praticamente ausentes nos estabelecimentos de hospedagem do município. Outro subcritério crítico que pode ser observado durante a análise, relativo ao critério *Acomodações*, foi a presença de *cofre* (2.8) nas unidades habitacionais. Enquanto que, praticamente todos os hotéis de redes hoteleiras oferecem este item, nenhum estabelecimento da cidade Campos dos Goytacazes disponibiliza-o a seus hóspedes.

Em relação ao critério *Atendimento (site)*, pode ser observado que no subcritério *cotação de preços pelo site* (4.5), aproximadamente metade das alternativas de hospedagem do município receberam valor zero, ou seja, metade dos estabelecimentos de Campos não disponibilizam o valor de suas diárias em suas *homepages*. Outro serviço que os hotéis de redes conhecidas disponibilizam que a maioria dos estabelecimentos da região não oferecem é o *serviço de lavanderia* (5.1), referente ao critério *Serviços*.

Um fator também relevante durante a avaliação é o critério Preço. Apesar de não haver muita variação em relação ao valor da

diária cobrada nos estabelecimentos de Campos dos Goytacazes em relação ao dos de hotéis de cadeias hoteleiras, com médias semelhantes, de 132,9 e 133,8, respectivamente, não pode ser feita uma avaliação crítica em relação a este critério, já que o valor das diárias em estabelecimentos de hospedagem variam de acordo com o contexto e local onde estes estão situados.

### **Conclusão**

Apesar do estudo ter sido contemplado por um único avaliador, este poderia ser um cliente potencial, sendo cada avaliação exclusiva e única.

As dificuldades para obtenção de informações precisas acerca da importância de cada critério durante a escolha de um estabelecimento pelo cliente podem estar relacionadas com a grande diversidade de tipos de estabelecimentos e de características e atributos de cada cliente.

Vale ressaltar que a abordagem proposta visa expor ao meio empresarial e acadêmico-científico uma forma de avaliação de meios de hospedagem de uso crescente e cada vez mais necessária.

Como mencionado, a inserção futura de estabelecimentos de categoria econômica de marcas reconhecidas pode implicar numa competição desleal com hotéis locais. Portanto, a classificação por qualidade pode ser analisada como uma alternativa de sanar as necessidades do mercado hoteleiro, objetivando orientar a demanda, organizar as tarifas dos meios de hospedagem e padronização de seus serviços.

### **Referências**

ABIH (2010) ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTÉIS. Disponível em: <http://www.abih.com.br>. Acessado em 10/01/2010.

CÂNDIDO, Í. Controles em Hotelaria. 4. ed. Caxias do Sul: Educs, 2001.

CIPEG, Centro de Informações da Produção de Petróleo e Gás. Disponível em: <http://www.petroleo.rj.gov.br/site/index.php/component/content/article/92-petrobras-anuncia-a-descoberta-de-novas-reservas-de-petroleo-na-bacia-de-campos>. Acessado dia 30 de março de 2010.

EXAME. Anuário do Turismo. Empreendimentos - Novos projetos. Disponível em: [portalexame.abril.com.br](http://portalexame.abril.com.br). Acessado em 20/01/2010.

FREITAS, A.L.P., MORAIS, A.S.C., BRITO, M.M. Emprego de Métodos de AMD na Avaliação e Ordenação de Estabelecimento de Hospedagem Via Internet, 2008.

GUIA DE HOTEL IN SITE. Guia de Hotel Brasil. Disponível em: <http://www.hotelsite.com.br/>. Acessado dia 25 de março de 2010.

MAFALDO, M.N. Administração e Gerenciamento Hoteleiro. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas Curso de Turismo. Feevale, 2005.

RAIO-X DA HOTELARIA. Ranking por número de apartamentos no pool de hospedagem no Brasil. Disponível em: [www.raioxhotelaria.com.br](http://www.raioxhotelaria.com.br). Acessado dia 25 de novembro de 2009.

REVISTA PORTUÁRIO. Economia & Negócios. Disponível em: <http://www.revistaportuaria.com.br/site/?home=noticias&n=ComTU>. Acessado dia 29 de março de 2010.