

Emprego da Escala SERVQUAL na avaliação da Qualidade de Serviços de Hospedagem durante uma romaria em Juazeiro do Norte (CE)

Jôsanny Lopes de Macêdo (UFC – CE/Brasil) - josannylm@hotmail.com
• Av. da Universidade, 2431, Benfica, Fortaleza-CE, fone: (55) 85-3253-1740
Izabel Alinne Alves de Paula (UFAM – AM/Brasil) - izabelalinne@hotmail.com
Marcia Lopes Cardoso (UNIFOR – CE/Brasil) - marciaminni_@hotmail.com
Rosângela Queiroz Souza Valdevino (UNIFOR – CE/Brasil) - rosangelaqueiroz84@yahoo.com.br
Serafim Firmo de Souza Ferraz (UFC – CE/Brasil) - sfsf@uol.com.br

RESUMO A qualidade é tida como fator obrigatório nos dias atuais e considerando que o turismo religioso é o que mais tende a crescer, objetivou-se avaliar a qualidade percebida pelos romeiros de Juazeiro do Norte (CE) quanto aos serviços prestados pelo setor hoteleiro. Para esta avaliação aplicou-se o modelo SERVQUAL, em duas fases para obter o grau de expectativa e depois então o nível de percepção sobre os serviços prestados. A pesquisa foi realizada no período de 29 de outubro a 02 de novembro de 2011, com 390 romeiros, o que assegurou um nível de 95% de confiança sobre o número total da população. Obteve-se gap negativo em todos os itens de todas as cinco dimensões avaliadas, sendo a maior discrepância de - 45% em relação aos aspectos tangíveis e a menor com - 29% referente à segurança. Este resultado sugere que os empresários hoteleiros devem tomar medidas urgentes que possam alavancar positivamente a percepção dos romeiros.

Palavras-chave Qualidade. SERVQUAL. Turismo Religioso. Setor Hoteleiro. Juazeiro do Norte.

ABSTRACT *The quality factor is seen as mandatory these days and considering that religious tourism is most likely to grow, this paper aimed at evaluating the quality perceived by pilgrims to Juazeiro do Norte (CE) and the services provided by the hotel sector. For this evaluation we applied the SERVQUAL model in two stages to obtain the degree of expectation and then the level of awareness about the services provided. The research was carried out from October 29 to November 2, 2011, with 390 pilgrims. This ensured a 95% level of confidence over the total population. A negative gap was obtained on all items in all five dimensions assessed, the largest discrepancy - 45% compared to less tangible aspects and 29% related to security. This result suggests that entrepreneur hoteliers must take urgent steps that leverage a positive perception by the pilgrims.*

Keywords Quality. SERVQUAL. Religious Tourism. Hotel Industry. Juazeiro do Norte.

1. INTRODUÇÃO

As mudanças e os crescimentos experimentados atualmente nos diversos setores econômicos, aliados à hipercompetitividade no mercado e às exigências cada vez maiores dos clientes, vêm pressionando as empresas a buscarem melhorias contínuas na produção de seus produtos e serviços. Para Souza, Griebeler e Godoy (2007) a qualidade passou a ser vista não só como fator estratégico para melhoria de competitividade e produtividade, mas também se tornou condição de preexistência para os produtos e serviços se manterem no mercado.

Neste mesmo viés de crescimento, em Juazeiro do Norte, cidade localizada na Região Metropolitana do Cariri, no sul do Ceará, ano após ano nota-se o aumento da visita de turistas. A principal razão disto é em função da romaria em homenagem ao Padre Cícero Romão Batista, que remonta ao início da última década do século XIX, motivado por um milagre que ali teria acontecido. O turismo religioso é caracterizado pela motivação da fé, mas assim como os outros segmentos de turismo, ele também acarreta impacto na economia – comércio local, mercado imobiliário e rede hoteleira (CURY, 2010).

Alinhando os conceitos de qualidade com os serviços oferecidos aos romeiros pelo setor hoteleiro de Juazeiro do Norte, decorre-se o seguinte questionamento: Como os romeiros avaliam a qualidade dos serviços de hospedagem durante a romaria em Juazeiro do Norte – CE?

O presente trabalho supõe que os romeiros avaliam a prestação do serviço de hospedagem insatisfatória, pois, Santos (2011) aponta que técnicos da Vigilância Sanitária Municipal de Juazeiro do Norte-CE, ao realizarem pré-diagnóstico em 33 ranchos onde os romeiros costumam se hospedar, identificaram alguns problemas que poderiam ocasionar a perda do alvará de funcionamento caso não fossem solucionados, entre eles: ranchos superlotados, mofos nos tetos, infiltrações, ausência de bebedouros e extintores, falta de higiene, camas danificadas, ventilações insuficientes e ausência de banheiros por sexo.

Dessa forma, esta pesquisa tem como objetivo analisar como os romeiros avaliam a qualidade dos serviços prestados pelo setor hoteleiro de Juazeiro do Norte-CE durante a Romaria de Finados, em homenagem ao Padre Cícero, no período de 29 de outubro a 02 de novembro de 2011. Para tanto, propõe-se, especificamente, identificar as expectativas e as percepções dos romeiros com relação ao serviço de hospedagem em Juazeiro do Norte-CE e realizar uma análise comparativa entre estas expectativas e percepções.

Para a concretização deste estudo descritivo, realizou-se um levantamento tipo survey, tendo como base a utilização da Escala SERVQUAL para elaboração dos questionários, que foram respondidos, de forma orientada, por 390 romeiros. A Escala SERVQUAL, desenvolvida por Parasuraman, Zeithaml e Berry em 1985, é uma ferramenta utilizada para avaliar a qualidade em serviços, permitindo mensurar a discrepância (*gap*) entre as expectativas do serviço e a percepção, em cinco dimensões para a qualidade: aspectos tangíveis, confiabilidade, presteza, segurança e empatia.

A presente pesquisa justifica-se devido à importância em avaliar a qualidade percebida pelo cliente, permitindo que o setor hoteleiro de Juazeiro do Norte-CE possa conhecer os pontos fracos que precisam ser melhorados e os pontos fortes que devem ser mantidos e até mesmo aperfeiçoados, podendo assim aprimorar a prestação de seus serviços e atender os romeiros de forma adequada.

Este artigo é constituído, além da introdução, em mais quatro seções. Na seção 2, é apresentado o referencial teórico sobre a avaliação da qualidade através da Escala SERVQUAL, o turismo religioso e o setor hoteleiro em Juazeiro do Norte (CE). A seção 3 é composta pela metodologia da pesquisa. Na seção 4 são mostrados os resultados obtidos através de gráficos e, na seção 5, as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Escala SERVQUAL: avaliação da qualidade de serviços

Partindo do princípio que o principal referencial da qualidade é a percepção do cliente, tem-se que a qualidade em serviços é bastante singular, pois depende de características subjetivas (comportamento, tempo, aspecto, desempenho, precisão, etc.), o que indica que o conceito de qualidade no setor de serviços é de difícil definição (VALLS, 2005).

Valls (2005) aponta ainda, que a percepção do cliente é inquestionável: ele gosta ou não. Mas, devido à natureza do próprio serviço e pela dependência do fator humano, muitas vezes pode haver uma ambiguidade de opinião.

Segundo Heckert (2001, p. 54), alguns autores adotam uma definição transcendental, cuja qualidade é universalmente reconhecível e poderia ser precisamente definida. O autor infere ainda que não existem meios de avaliar a qualidade através de parâmetros preestabelecidos. Predominando no prestador de serviços a visão subjetiva, onde cada um procura “dar o melhor de si”.

Entretanto, há autores que definem a qualidade de serviços como o resultado da comparação entre as expectativas do consumidor antes da prestação do serviço e a experiência de uso do serviço em questão. Assim, ao final da prestação de serviços, logo de imediato, o cliente tem sua opinião, sendo ela de satisfação - acima das expectativas, ou insatisfação - abaixo das expectativas.

Esta concepção é oriunda dos estudos de Parasuraman, Zeithaml e Berry, que em 1985 constataram que havia discrepâncias (lacunas) entre a expectativa dos clientes em relação ao serviço oferecido e a percepção do serviço prestado, o que implicava na satisfação ou insatisfação do cliente e, em consequência, na qualidade do serviço.

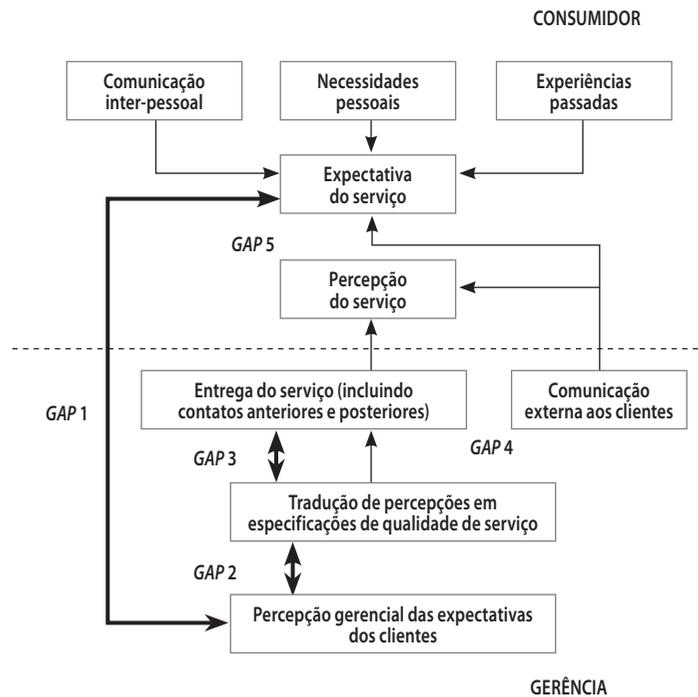
Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) afirmam que estas lacunas, denominadas de *gaps*, são obstáculos na tentativa de oferecer um serviço que os consumidores percebem como de alta qualidade. Os autores, ao entrevistarem executivos e realizarem pesquisas com grupos de consumidores, chegaram à conclusão que existem cinco tipos de discrepâncias entre o que é oferecido pelo produtor do serviço e o que é percebido pelo cliente que usufrui deste serviço.

As discrepâncias (*gaps*) são:

- GAP 1: é a discrepância entre expectativa do usuário e percepção gerencial sobre essas expectativa;
- GAP 2: é a discrepância entre percepção gerencial da expectativa do usuário e especificação de qualidade no serviço;
- GAP 3: é a discrepância entre a especificação de qualidade no serviço e serviço realmente oferecido;
- GAP 4: é a discrepância entre o serviço oferecido e aquilo que é comunicado ao usuário;
- GAP 5: é a discrepância entre o que o usuário espera receber e a percepção que ele tem do serviço oferecido.

As principais percepções obtidas sobre o conceito de qualidade de serviço e os fatores que o afetam, estão ilustrados na Figura 1, a seguir:

Figura 1 – Modelo de Qualidade de Serviço.



Fonte: Adaptado de Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1985.

Os primeiros quatro GAPs compõem o quinto, que é exatamente onde reside o problema: expectativa do usuário versus percepção dos serviços oferecidos. Disto decorre a Equação 1, que Parasuraman, Zeithaml e Berry (1985) elaboraram como modelo de qualidade dos serviços:

$$GAP 5 = f(GAP 1, GAP 2, GAP 3, GAP 4) \quad (1)$$

Com base neste modelo, em 1988, Parasuraman, Zeithaml e Berry propuseram um instrumento para avaliar a qualidade de serviços nas organizações, sob as percepções dos clientes, denominado Escala SERVQUAL.

A Escala SERVQUAL consiste em um questionário, estruturado em duas seções com vinte e duas questões cada. A primeira está dirigida a expectativas, buscando identificar as expectativas gerais do cliente em relação ao serviço e a segunda refere-se à percepção e busca medir a percepção da qualidade do serviço relativa a uma categoria de serviços a ser analisada.

Cada questão é mensurada através de uma escala, onde o cliente assinala o grau de concordância ou discordância de cada questão. Originalmente, Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) para avaliar o nível de satisfação de cada questão, utilizaram uma escala variante de 1 (um) que corresponde a assertiva 'discordo totalmente', até 7 (sete) que significa 'concordo totalmente' (REIS, 2001). Usualmente, observa-se que muitas pesquisas que aplicam a Escala SERVQUAL utilizam também grandezas variantes de 1 (um) a 5 (cinco). Chama-se este tipo de Escala de Resposta Psicométrica de Escala Likert.

Essa avaliação é feita em cinco dimensões que influenciam a avaliação geral dos clientes em relação à qualidade do serviço, assim definidas:

- Tangíveis: aparência das instalações físicas, prédios, equipamentos, da pessoa e dos materiais de comunicação;
- Confiabilidade: capacidade de executar o serviço de forma exata e segura;
- Presteza: boa vontade para servir o usuário e fornecer atendimento ágil;
- Garantias: conhecimento e cortesia dos funcionários e sua habilidade para inspirar credibilidade e confiança;
- Empatia: cuidado e atenção individualizada para com os clientes.

Feita a coleta de dados, utilizando o instrumento supramencionado, tira-se a média de cada dimensão para a expectativa e para a percepção. Calcula-se, então, o *GAP*, “pela diferença entre o desempenho do serviço prestado e a expectativa do cliente em relação ao serviço recebido” (PRASS; SANT’ANNA; GODOY, 2010, p. 220). Caso o resultado seja zero, significa que a percepção dos clientes foi condizente com a expectativa. Caso o resultado seja um número negativo, implica dizer que os clientes esperavam mais do que foi oferecido. E caso seja um número positivo, conclui-se que foi prestado um melhor serviço do que se esperava.

Em geral, a escala SERVQUAL é genérica e aplicável em todo tipo de organização e ramos de serviços, contudo, sugere-se que, quando necessário, sejam feitas adaptações que melhorem a redação de alguns itens, ou até substituam outros, de modo a tornar a escala mais fidedigna para o ambiente a ser avaliado (REIS, 2001).

2.2. O turismo religioso e o setor hoteleiro em Juazeiro do Norte (CE)

As romarias de Juazeiro do Norte-CE tiveram início na última década do século XIX, motivado por um milagre que teria ali acontecido, em 1989: Padre Cícero Romão Batista ao colocar a hóstia consagrada em contato com a boca da beata Maria de Araújo se tornou ator de uma hierofania, no instante em que a hóstia se transformou em sangue (BRAGA, 2010).

Estimava-se que após a morte do Padre Cícero, em 1934, o povo pobre do sertão do Nordeste - principal público das romarias - deixaria de frequentar Juazeiro do Norte, no entanto, com o passar dos anos as romarias foram se acentuando. Braga (2010) relata, ainda, que em suas pesquisas etnográficas pôde observar que, no início, a romaria que existia em virtude do milagre foi aos poucos sendo motivada e mantida pela presença do Padrinho Cícero, figura já tomada por santo e protetor dos romeiros.

A romaria em Juazeiro do Norte-CE consiste em visitar lugares entendidos como sagrados: a Igreja Matriz, a casa do Padre Cícero, a Capela do Socorro, o Horto, entre outros lugares. Define-se então esta peregrinação como turismo religioso, pois de acordo a Conferência Mundial de Roma, realizada no ano de 1960, o turismo religioso é:

Compreendido como uma atividade que movimentava peregrinos em viagens pelos mistérios da fé ou da devoção a algum santo. Na prática, são viagens organizadas para locais sagrados, congressos e seminários ligados à evangelização, festas religiosas que são celebradas periodicamente, espetáculos e representações teatrais de cunho religioso (SILVEIRA, 2004, p. 4).

Braga (2010) observou que é comum estabelecer um antagonismo entre devoção *versus* lazer, imersão nas experiências e práticas religiosas *versus* situações de diversão. Outrossim, o turismo religioso é visto como uma oportunidade de negócios, pois gera empregos para guias, desenvolve o artesanato em geral (especialmente o relacionado às peças religiosas) e aumenta a utilização da estrutura de apoio ao turismo como hotéis, pousadas, agências de viagem, etc. (SILVEIRA, 2004).

Andrade (2000, p. 79) ressalta que, excetuando o turismo de férias e o turismo de negócios, “o tipo de turismo que mais cresce é o religioso, porque - além dos aspectos místicos e dogmáticos - as religiões assumem o papel de agentes culturais importantes”.

Visto isso, o município de Juazeiro do Norte, é contemplado por uma das metas do Plano Nacional de Turismo 2007/2010, gerido pelo Ministério do Turismo, que é de estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional, bem como a região turística de Nova Olinda, que abrange o Cariri (BRASIL, 2010).

O foco nestes 65 destinos indutivos, não exclui incentivos de crescimento aos outros. A idéia é acelerar o processo de qualificação, promovendo um efeito indutor regional, a fim de promover a permanente qualificação dos destinos turísticos brasileiros, isto porque estudos apontam que uma das carências relacionadas ao mercado de trabalho em turismo é a eficiência e a efetividade da qualificação profissional, o que causa grande impacto na qualidade dos serviços prestados e na ampliação e valorização das ocupações em turismo (BRASIL, 2011).

Conforme dados do Relatório de Indicados Turístico 1995/2010 do estado do Ceará, Juazeiro do Norte conta com 38 meios de hospedagem, onde estes variam de simples hospedagem familiar a mega hotéis, 1.241 unidades habitacionais (apartamentos com fins hoteleiros) e 3.633 leitos (SE-TUR, 2011).

Amaral Filho e Cordeiro (2008) afirmam que em Juazeiro do Norte, a rede de hotéis da região não é um alvo direto do turismo religioso, especialmente pelas camadas mais humildes, que são o maior público das romarias. Fato este que indica que os hotéis são procurados por romeiros de poder aquisitivo mais elevado. Já os romeiros de poder aquisitivo baixo, em geral, se hospedam em ranchos, sendo que este tipo de alojamento é informal e funcionam apenas nos períodos de realização das romarias, oferecendo variadas condições de acomodação e conforto, ainda que comumente, sejam de baixa qualidade.

Em termos numéricos, o Documento Referencial - Turismo no Brasil 2011-2014 mostra que a grande maioria dos turistas se abriga em casas de parentes e amigos nos locais visitados - 56,3%. E no que se refere aos meios de hospedagem, a utilização de serviços turísticos (hotéis, pousadas, *campings* e *resorts*) correspondem a 30,8% do total de viagens realizadas (BRASIL, 2011).

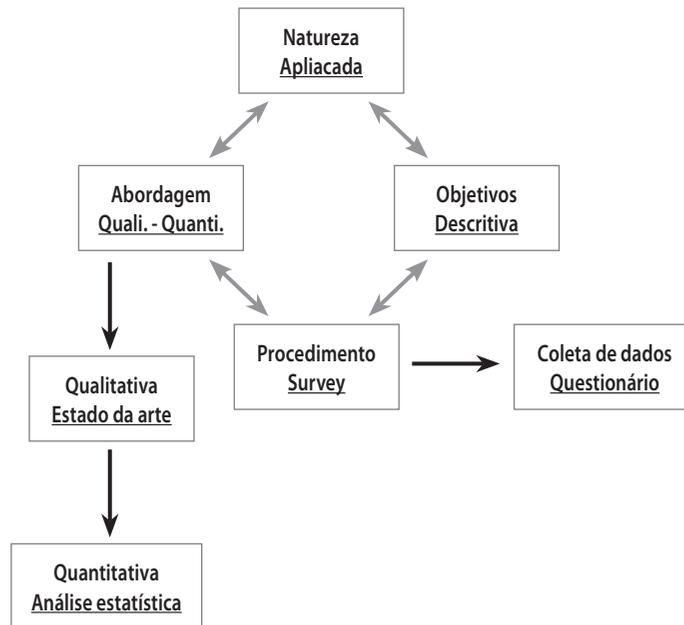
Por esta razão, as respostas coletadas neste artigo correspondem, em sua maioria, às informações de romeiros que não utilizaram hotéis como principal meio de hospedagem.

3. METODOLOGIA

3.1. Tipologia e procedimentos

É sabido que toda e qualquer pesquisa é classificada quanto a sua natureza, objetivos, abordagem e procedimentos (JUNG, 2010). Assim, caracteriza-se este estudo conforme Figura 2, abaixo:

Figura 2 – Tipologia e Procedimentos do Estudo.



Fonte: Elaborada pelos autores baseada em JUNG, 2010.

Efetivou-se inicialmente uma pesquisa bibliográfica “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” (GIL, 2002, p.44), isto assinalou a abordagem qualitativa do estudo, com o propósito de chegar ao estado da arte sobre o assunto explorado.

Para atender o objetivo geral do artigo, este classificado como descritivo, realizou-se um levantamento tipo *survey*, também chamado de pesquisa de avaliação, o qual buscou verificar a opinião de uma amostra significativa dos romeiros sobre a qualidade percebida nos serviços prestados pelo setor hoteleiro de Juazeiro do Norte (CE). Para tanto, utilizou-se o modelo do questionário SERVQUAL, adaptando a redação do original para a aplicação no setor de hospedagem, isto preservando todas as características, ou seja, as cinco dimensões e as vinte e duas questões de cada perspectiva do questionário.

Vale destacar que o questionário referente à expectativa foi aplicado antes dos romeiros usufruírem dos serviços de hospedagem oferecidos, e o questionário concernente à percepção, após a utilização deste serviço. A escala de Likert na amplitude de 1 a 5, onde o 1 correspondia a ‘discordo totalmente’ e o 5 ao ‘concordo totalmente’ (MIGUEL, 2010), foi utilizada para conduzir as respostas de maneira objetiva. Estes procedimentos fortalecem a caracterização da pesquisa como aplicada, pois nada mais é do que a aplicação do conhecimento básico (estado da arte) (JUNG, 2010).

Realizou-se, então, a coleta de dados no período de 29 de outubro a 02 de novembro de 2011, temporada em que se acontece a Romaria de Finados em Juazeiro do Norte (CE), a maior do ano, com a presença de aproximadamente 500.000 romeiros (SOBRAL PORTAL DE NOTÍCIAS, 2011). Feito isto, organizou-se, tabulou-se e foram feitos gráficos para auxiliar na análise dos resultados, sendo estes procedimentos caracterizados como a abordagem quantitativa do estudo.

3.2. Amostra e validação

Devido ao número de romeiros neste período ser muito alto decidiu-se realizar esta pesquisa por amostragem. Para determinar o tamanho da amostra, admitiu-se 5% como taxa de erro amostral máximo tolerado (e) e 95% como nível de confiança (γ). Calculou-se então o tamanho da amostra, utilizando a Equação 2 (LEVINE *et al.*, 2005):

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1 - p)}{e^2} \quad (2)$$

Onde, n é o tamanho da amostra, Z é o nível desejado de confiança, p é a proporção de respostas favoráveis, $1-p$ é a proporção de respostas desfavoráveis e e é o erro amostral máximo admissível. Como a proporção favorável ou desfavorável não foi de prévio conhecimento, Levine *et al.* (2005) indica utilizar $p = 0,5$ para estimar o tamanho da amostra.

Logo, utilizando o grau de 95% de confiança, uma taxa tolerável de erro amostral de 5% e uma população de 500.000 romeiros, obteve-se uma amostra de 384 romeiros. Aplicando-se questionários orientados com efetivamente 390 romeiros.

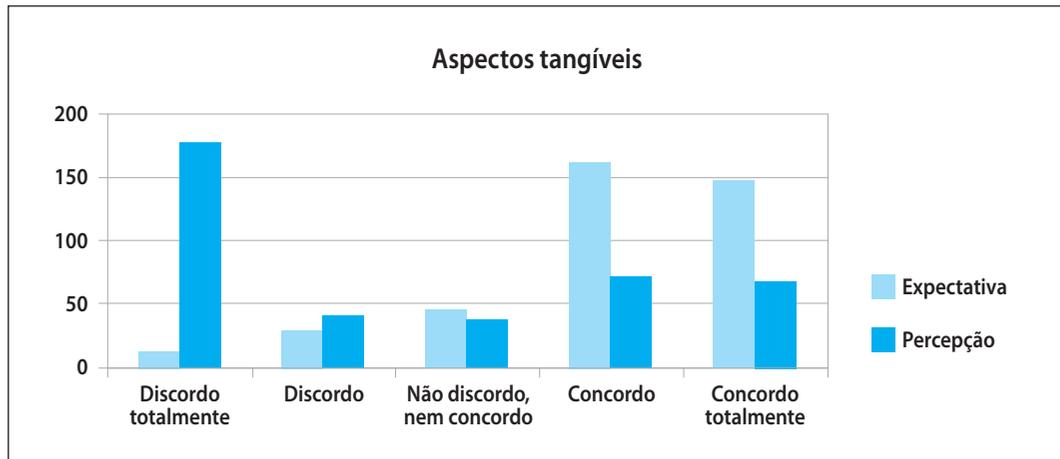
4. ANÁLISE DE DADOS

A qualidade dos serviços oferecida pelo setor hoteleiro de Juazeiro do Norte (CE), onde os romeiros se instalam, foi avaliada a partir das dimensões do modelo SERVQUAL, são elas: tangibilidade, confiabilidade, prestação, segurança e empatia.

Inicialmente, realizou-se uma breve análise do perfil dos romeiros que compõem a amostra, identificando que 48% dos mesmos são do gênero masculino e 52% feminino. Com relação à faixa etária, 44% dos respondentes possuem acima de 49 anos, 19% de 39 a 48 anos, 15% de 29 a 38 anos, 15% de 19 a 28, e 8% menor de 18 anos. Ressalta-se que 60% dos romeiros advêm do estado do Pernambuco, 14% de Sergipe, 11% de Alagoas, 5% de Bahia, 4% de Paraíba, 2% do Ceará, 2% de Minas Gerais, 1% de Rio de Janeiro e 1% de São Paulo.

A primeira dimensão estudada foi a tangibilidade, que está relacionada aos aspectos de equipamentos modernos, instalações físicas bonitas, boa apresentação dos funcionários e materiais visualmente atrativos utilizados para a prestação dos serviços (lençóis, toalhas, refeições, etc.), então na Figura 3 pode-se observar a expectativa e percepção dos romeiros entrevistados sobre este aspecto nos serviços de hospedagem.

Figura 3 – Expectativa e percepção dos respondentes acerca dos aspectos tangíveis do serviço de hospedagem.



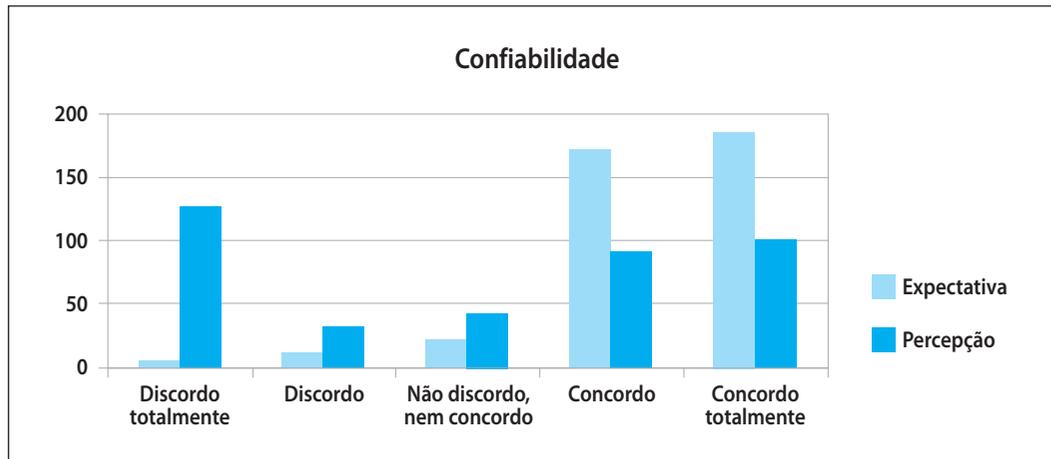
Fonte: Elaborada pelos autores baseada em Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1988.

Ao avaliar a expectativa e a percepção dos romeiros com relação aos aspectos tangíveis, expostos na Figura 3, destaca-se que 79% da amostra concordaram que a tangibilidade é importante para a qualidade do serviço de hospedagem; priorizando instalações físicas bonitas, funcionários bem apresentados e materiais visualmente atrativos, com uma média de expectativa de 45%. Porém, ao utilizarem o citado serviço, apenas 35% do total ficaram, de fato, satisfeitos com os serviços prestados nos hotéis, pousadas ou ranchos onde se instalaram. Ao comparar o grau da expectativa com o da percepção, verifica-se um *gap* negativo de 44% ($35\% - 79\% = -44\%$), o que indica que os respondentes dos questionários estão insatisfeitos com tais fatores.

De maneira similar, Morais *et al.* (2010), ao buscarem avaliar a satisfação dos hóspedes com a rede hoteleira de Belém do Pará, constataram que a avaliação dos clientes acerca dos aspectos tangíveis estavam abaixo das expectativas, ocasionando certo grau de insatisfação.

No que se refere à dimensão confiabilidade, como apresenta a Figura 4, foram analisadas a expectativa e a percepção dos romeiros acerca dos seguintes aspectos: prestação de serviço conforme o prometido, disponibilidade para resolução de problemas, empresa com imagem confiável, realização do registro dos serviços sem cometer erros.

Figura 4 – Expectativa e percepção dos respondentes acerca da confiabilidade do serviço de hospedagem.



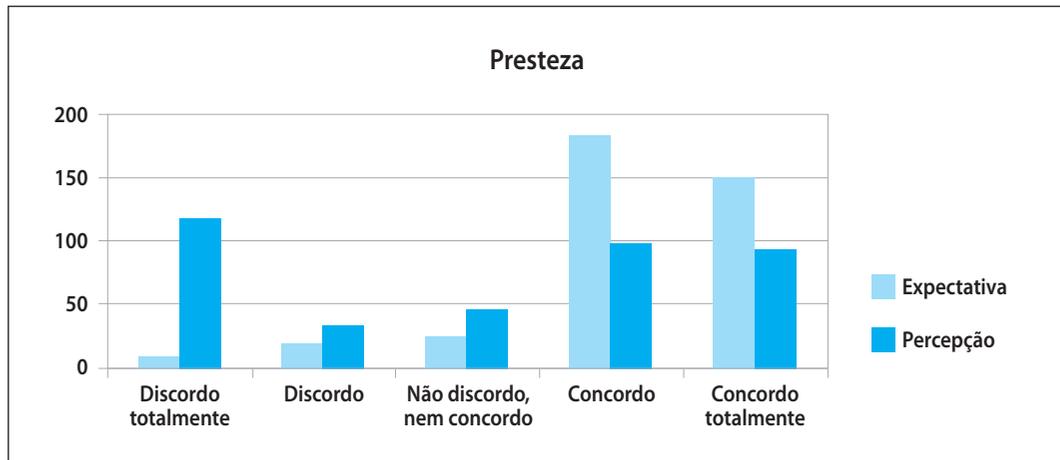
Fonte: Elaborada pelos autores baseada em Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1988.

Nesta dimensão, identificou-se que 91% dos romeiros acreditam que a confiabilidade é um aspecto relevante para a qualidade da prestação dos serviços hoteleiros, prevalecendo uma expectativa média de 53% da amostra acerca da disponibilidade do setor hoteleiro para a resolução de problemas e da efetividade de sua imagem confiável. No entanto, 23% concordaram e 26% concordaram totalmente que a confiabilidade se apresentou como característica dos serviços prestados pelos hotéis, pousadas e/ou ranchos. Estes dados inferem um *gap* negativo de 42% ($49\% - 91\% = -42\%$), o que reflete avaliação insatisfatória da qualidade da prestação dos serviços de hospedagem (Figura 4).

De maneira divergente, um estudo realizado por Glória *et al.* (2011), que teve como objetivo avaliar a qualidade de serviços de um apart-hotel em Belo Horizonte, identificou que os clientes demonstraram satisfação com relação à dimensão confiabilidade, pois os serviços prestados por esta unidade de análise superaram as expectativas dos clientes.

Ao abordar a dimensão presteza, apresentada na Figura 5, os romeiros mostraram suas expectativas e percepções sob os seguintes itens: prestação dos serviços de hotelaria imediata, fornecimento de informações claras para os clientes, disponibilidade dos funcionários em ajudar os hóspedes sempre que necessário e atender seus pedidos com agilidade.

Figura 5 – Expectativa e percepção dos respondentes acerca da presteza do serviço de hospedagem.



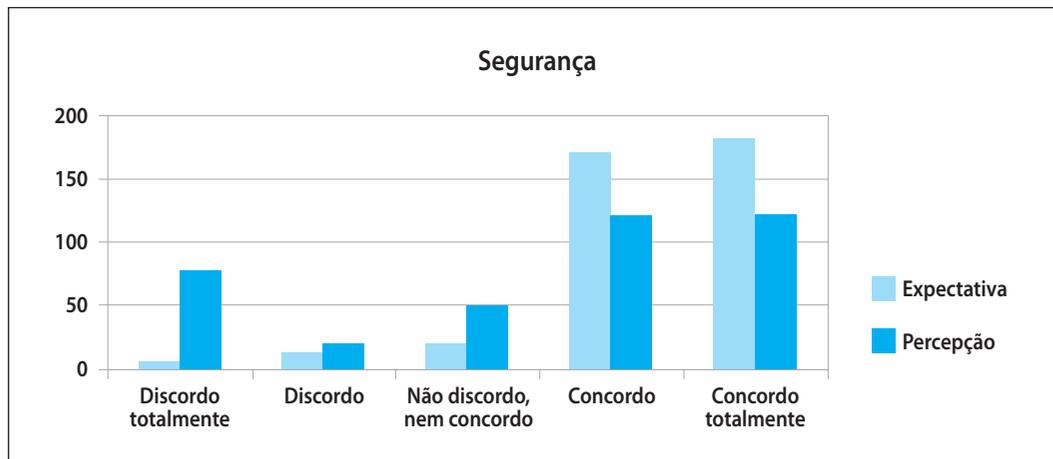
Fonte: Elaborada pelos autores baseada em Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1988.

Avaliando os quesitos da dimensão presteza, expostos na Figura 5, nota-se elevada concordância entre romeiros, pois 86% dos mesmos esperam que os itens mencionados anteriormente sejam atendidos durante a prestação do serviço hoteleiro, principalmente quanto à disponibilidade dos funcionários em auxiliar os hóspedes, apresentando expectativa unânime de 203 romeiros. Contudo, apenas 49% dos romeiros ficaram contentes com esta dimensão avaliada ao usufruírem dos serviços hoteleiros. Estes resultados revelam um *gap* negativo de 37% ($49\% - 86\% = 37\%$), implicando que as expectativas dos clientes não foram atendidas.

Semelhantemente, um estudo desenvolvido por Moraes *et al.* (2010) também apresentou resultados negativos na dimensão presteza, não correspondendo às expectativas dos hóspedes, o que dificulta a possibilidade de promover a fidelização dos clientes.

Em se tratando da dimensão segurança, com mensuração exposta na Figura 6, os respondentes apreciaram as seguintes perspectivas: o comportamento dos funcionários transmitem confiança, segurança dos clientes frente às transações realizadas juntos aos hotéis, funcionários educados e qualificados.

Figura 6 – Expectativa e percepção dos respondentes acerca da segurança do serviço de hospedagem.



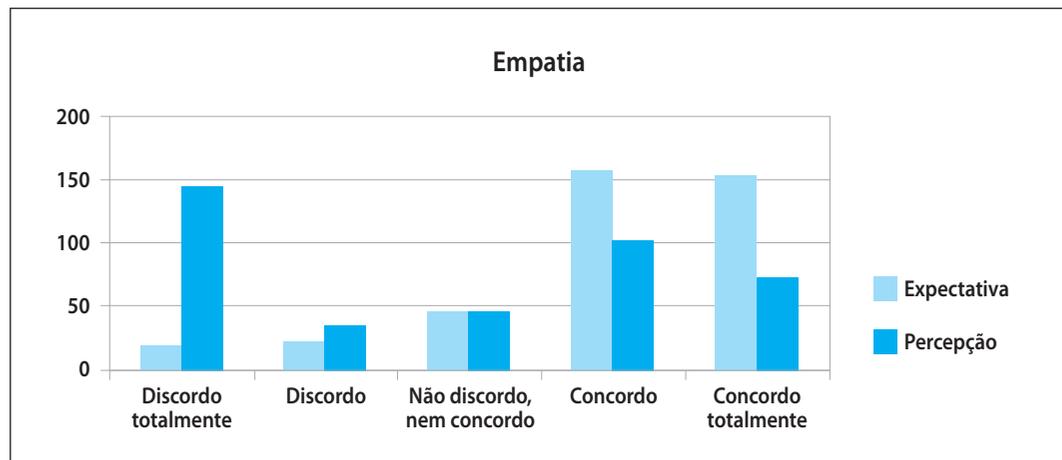
Fonte: Elaborada pelos autores baseada em Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1988.

A segurança apresentou-se como uma dimensão de extrema relevância para os romeiros, pois 91% destes concordam que os hotéis, pousadas e/ou ranchos devem oferecer serviços que transmitam segurança para seus clientes, sobretudo no que se refere ao comportamento educado e à qualificação dos funcionários, com uma expectativa média de 58%. Por outro lado, a percepção dos romeiros acerca da segurança atingiu um grau de apenas 62%. Fato este que fornece um *gap* negativo de 29% ($62\% - 91\% = -29\%$), incidindo, mais uma vez, em insatisfação por parte do consumidor à medida que as expectativas não foram atendidas em sua totalidade (Figura 6).

Diferentemente, a pesquisa realizada por Glória *et al.* (2011), citada acima, revelou que os hóspedes estavam satisfeitos com o comportamento dos funcionários do hotel, sendo que os mesmos atuavam com educação e cortesia, mostrando-se competentes para atender os clientes.

No que diz respeito à dimensão empatia, com dados expostos na Figura 7, os romeiros avaliaram as seguintes variáveis: atenção individual concedida aos clientes, atendimento personalizado, compreensão das necessidades individuais dos hóspedes, interesses dos consumidores tratados com prioridade, horário de funcionamento do hotel conforme a necessidade do cliente.

Figura 7 – Expectativa e percepção dos respondentes acerca da empatia do serviço de hospedagem.



Fonte: Elaborada pelos autores baseada em Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1988.

De acordo com 79% dos respondentes, a empatia deve ser levada em consideração pelos hotéis, pousadas e/ou ranchos para assim oferecerem um serviço com qualidade, devendo estar atento principalmente ao seu horário de funcionamento. Entretanto, somente 44% dosromeiros confirmaram que as variáveis referentes à empatia foram fornecidas. Nesta situação, percebe-se que a expectativa continua acima da percepção, resultando num *gap* negativo de 35% ($44\% - 79\% = -35\%$), o que infere a falta de qualidade de serviço de hospedagem, no aspecto empatia.

Vale ressaltar, que o estudo desenvolvido por Moraes *et al.* (2010), mencionado anteriormente, apresentou, de forma similar a esta pesquisa, um *gap* negativo referente ao posicionamento do setor hoteleiro ao buscar compreender as necessidades individuais dos hóspedes, o que geralmente não é concretizado, interferindo assim negativamente na qualidade dos serviços prestados.

5. CONCLUSÃO

Embora Juazeiro do Norte (CE) tenha sido contemplado com planos de melhoria pelo Ministério do Turismo, para se atingir um padrão de qualidade internacional e ainda que o turismo que lá predomina é o do tipo religioso, o qual tende a ter um maior crescimento, percebe-se que a parte hoteleira, que abrange as pousadas e ranchos, principais alvo de procura de serviço de hospedagem pela grande massa que frequenta a romaria em homenagem ao Padre Cícero, não está sendo o foco dessas políticas de melhoria, isto por que, conforme pesquisa realizada e exposta, de maneira unânime, obteve-se um resultado negativo.

Percebe-se que todas as dimensões utilizadas para avaliar a qualidade dos serviços hoteleiros - tangibilidade, confiabilidade, presteza, segurança e empatia - se apresentaram com um *gap* negativo, principalmente no que diz respeito aos aspectos tangíveis e a confiabilidade, os quais se destacaram com maiores *gaps* negativos de 45% e 42% respectivamente. Ressalta-se também, que em nenhum dos itens avaliados, o nível de percepção foi superior ao seu respectivo item de expectativa, isto pode ser justificado pelo fato que em geral o cliente sempre tem uma expectativa maior e que a qualidade é muito subjetiva, quanto à percepção do cliente (HECKERT, 2001).

Estes dados comprovam a hipótese proposta no início da pesquisa, baseada em Santos (2011), a qual os romeiros avaliariam a prestação do serviço de hospedagem em Juazeiro do Norte-CE como insatisfatória. Isto evidencia que se faz necessário fomentar um plano de melhorias aos serviços hoteleiros desta região.

Como contribuição deste estudo, espera-se que esta pesquisa incite os proprietários dos hotéis, pousadas e/ou ranchos de Juazeiro do Norte (CE) a adotarem medidas urgentes que possam alavancar positivamente a percepção dos romeiros, aperfeiçoando a qualidade dos serviços prestados, visto que a qualidade deve ter como foco a satisfação do cliente, para assim obter a sua fidelização.

Pois, ainda que o turismo religioso seja uma próspera ferramenta para o desenvolvimento econômico e a qualidade seja uma das maiores exigências do consumidor, não se encontraram estudos avaliativos sobre a satisfação do cliente que é quem alimenta esta economia. Então, entende-se este trabalho como um estudo piloto para aquela região, o qual pode servir de base para estudos semelhantes. Entretanto, sugere-se, a ampliação desta pesquisa, podendo aplicá-la em outros setores que também oferecem atendimento para os romeiros, principalmente no que se refere ao comércio de Juazeiro do Norte (CE), que é fortemente influenciado pela sazonalidade da romaria.

REFERÊNCIAS

FILHO, A. J.; CORDEIRO, R. M. Arranjo Produtivo do Turismo Religioso em Juazeiro do Norte, Ceará. In: CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M.; MATOS, M. P. (Org). **Arranjos produtivos locais: Uma alternativa para o desenvolvimento: criatividade e cultura**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

ANDRADE, J.V. **Turismo fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2000.

BRAGA, A. M. C. Devoção, lazer e turismo nas romarias de Juazeiro do Norte, CE: reconfigurações romeiras dos significados das romarias a partir de tensões entre as categorias turismo e devoção. PLURA, **Revista de Estudos de Religião**, vol.1, nº 1, p. 149-161, 2010.

BRASIL. Índice de Competitividade do Turismo Nacional – 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional – **Relatório Brasil 2010** / BARBOSA, L. G. M. B. (Org.) - Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. **Documento Referencial Turismo no Brasil 2011-2014** – Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

CURY, A. **Turismo religioso estimula economia de mais de 300 cidades do país**. G1, São Paulo, 18 set. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia-e-negocios/noticia/2010/09/turismo-religioso-estimula-economia-de-mais-de-300-cidades-do-pais.html>>. Acesso em: 14 nov. 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. - São Paulo : Atlas, 2002.

GLÓRIA, D. A. A.; FERREIRA, W. R.; FORTS, M.; BAHIA, E.T. Qualidade de serviços: aplicação de escala SERVQUAL modificada em um apart-hotel. **Administração de Empresas em Revista**, Curitiba v. 10, n. 11, 2011.

HECKERT, C. R. **Qualidade de serviços nas organizações do terceiro setor**. 2001. 161 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

JUNG, C. F. **Elaboração de projetos de pesquisa aplicados a engenharia de produção**. Taquara: FACCAT, 2010. Disponível em: <<http://www.metodologia.net.br>> Acesso em: 29 jul. 2012.

LEVINE, D. M.; STEPHN, D.; KREHBIEL, T. C.; BERENSON, M. L. **Estatística – teoria e aplicações – usando o Microsoft Excel em português**. 3 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

MIGUEL, P. A. C. (Org.). **Metodologia de pesquisa em engenharia de produção e gestão de operações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MORAIS, P. E. S.; QUARESMA, T. G. Q.; CUNHA, J. M. B.; ABUD, G. M. B.; MATTOS, C. A. C. Qualidade no atendimento: uma avaliação dos serviços hoteleiros em Belém do Pará. *In: XIV Encontro Latino Americano de Iniciação Científica. X Encontro Latino Americano de Pós-Graduação. IV Encontro Latino Americano de Iniciação Científica Júnior*, 2010. Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2010/anais/arquivos/0659_0531_02.pdf>. Acesso em: 25 jul. 2012.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, v.49, n. 3, p. 41-50, 1985.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, v.64, n. 1, p. 12-40, 1988.

PRASS, R. M.; SANT'ANNA L. C.; Godoy, L. P. Avaliação da Qualidade de Serviços Prestados Na Área Educacional Através Do Modelo Servqual. **Revista Gestão Industrial**, ISSN 1808-0448 / v. 06, n. 02: p. 213-231, 2010. D.O.I.: 10.3895/S1808-04482010000200012.

REIS, I. C. S. **A escala SERVQUAL modificada: avaliação da qualidade percebida do serviço de lazer oferecido por um complexo poliesportivo num parque florestal**. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina. 2001.

SANTOS, E. **Hospedagem de romeiros em Juazeiro do Norte**. Disponível em: <<http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=1056243>>. Acesso em: 24 jul. 2012

SECRETARIA DO TURISMO DO ESTADO DO CEARÁ – SETUR. **Indicadores Turísticos 1995/2010**. 2011. Disponível em: <<http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/estudos-e-pesquisas/Indicadores%202012.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2011.

SILVEIRA, E. J. S. Turismo religioso popular? Entre a ambiguidade conceitual e as oportunidades de mercado. **Revista de Antropología Experimental**. Universidad de Jaén (Espanha). n. 4, 2004.

SOBRAL PORTAL DE NOTÍCIAS. **Juazeiro do Norte-CE: romaria de finados deve atrair 500 mil romeiros**. Disponível em: <<http://www.sobralportaldenoticias.com/v1/2011/10/18/juazeiro-do-norte-ce-romaria-de-finados-deve-atrair-500-mil-romeiros/>>. Acesso em: 25 jul. 2012.

SOUZA, A.; GRIEBELER, D.; GODOY, P. L. Qualidade na Prestação de Serviços fisioterápicos – estudo de caso sobre expectativas e percepções de clientes. **Revista Produção**, v. 17, nº 3. 2007.

VALLS, V.M. **Gestão da qualidade em serviços de informação no Brasil: Estabelecimento de um modelo de referência baseado nas diretrizes da NBR ISSO 9001**. 2005. 256 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

