



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO  
CURSO DE TURISMO

ANA CAROLINE DA SILVA COSTA

**APLICAÇÃO DO MODELO SERVPERF COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DA  
QUALIDADE EM MEIOS DE HOSPEDAGEM**

NATAL/RN

2018

ANA CAROLINE DA SILVA COSTA

**APLICAÇÃO DO MODELO SERVPERF COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DA  
QUALIDADE EM MEIOS DE HOSPEDAGEM**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade: Artigo Científico apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

**Orientadora:** Lissa Valéria Fernandes Ferreira, Dra.

NATAL/RN

2018

Ana Caroline da Silva Costa

**APLICAÇÃO DO MODELO SERVPERF COMO FERRAMENTA DE GESTÃO  
DA QUALIDADE EM MEIOS DE HOSPEDAGEM**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade: Artigo Científico apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Natal/RN, 28 de novembro de 2018.

---

Lissa Valéria Fernandes Ferreira, Dra. – UFRN  
Presidente da Banca Examinadora

---

Mauro Lemuel de Oliveira Alexandre, D. Sc. – UFRN  
Membro da Banca Examinadora

---

Mayara Ferreira de Farias, M. Sc. – UFRN  
Membro da Banca Examinadora

# APLICAÇÃO DO MODELO SERVPERF COMO FERRAMENTA DE GESTÃO DA QUALIDADE EM MEIOS DE HOSPEDAGEM

## SERVPERF USE AS A TOOL FOR QUALITY MANAGEMENT IN MEANS OF HOSTING

Ana Caroline da Silva Costa<sup>1</sup>; Lissa Valéria Fernandes Ferreira<sup>2</sup>.

**RESUMO:** Com o objetivo de analisar o processo de aplicação do SERVPERF em um Hotel do bairro de Ponta Negra na cidade de Natal/RN, este estudo propôs-se também, identificar os motivos e interesses em aplicar o instrumento; mostrar de que forma foram utilizados os dados obtidos; e, avaliar as principais dificuldades e obstáculos encontrados durante a aplicação. Tratou-se de um estudo de caso de caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa, onde se buscou compreender a percepção da supervisora de vendas do hotel, a qual atua na gestão e planejamento do mesmo; a partir da coleta de dados *in loco*, por meio de entrevista semiestruturada, sendo gravada mediante autorização e divulgação dos dados. Para tratamento dos dados, realizou-se transcrição e aferição das informações pertinentes ao tema. Como resultados gerais, observou-se que após a aplicação dos questionários, foram obtidos os principais benefícios presentes em um Programa de Qualidade Total (CERQUEIRA NETO, 1991). Concluiu-se, portanto, que os maiores benefícios encontrados após a aplicação dos questionários foram: maior satisfação dos empregados em relação ao seu trabalho e a empresa como um todo; redução de problemas de comunicação entre setores; melhoria do serviço prestado pelo empreendimento e maior satisfação dos clientes.

**Palavras chave:** Gestão da Qualidade. Instrumentos de Medição. Modelo SERVPERF.

**ABSTRACT:** This study had as main target to analyze the SERVPERF process of application use in a Ponta Negra neighborhood hotel, Natal/RN. Having also as objective to check the reasons and interests why they wanted to apply that; to analyze how the data was used; and identify the main problems found during the application process. This is an exploratory descriptive case study with a qualitative approach, having the hotel's head staff, who also works as manager, sense about the process; with a recorded interview to collect the data, having its release authorized. It has been written so we could survey the information about the theme. As a result, was observed the benefits of the Total Quality Program (CERQUEIRA NETO, 1991) after the questionnaires' application. As conclusion, the biggest benefits obtained after the survey, were: a higher satisfaction from the staff about their functions and workplace; communication problems have decreased; an improvement of the hotel's services and a better feedback from the costumers.

**Key Words:** Quality Management. Measuring Instruments. SERVPERF.

---

<sup>1</sup>Graduanda do Curso de Bacharelado em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

<sup>2</sup>Professora associada ao Departamento de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

## 1 INTRODUÇÃO

O Modelo de Gestão pela Qualidade Total surge, com destaque, para a administração ocidental como uma forma de resposta a um ambiente econômico cada vez mais competitivo (COLTRO, 1996). E na atividade turística não foi tão diferente. Cada vez mais as empresas se empenham para manterem-se competitivas no mercado e assim, evidencia-se a necessidade de se empreender esforços em relação à mensuração da qualidade nos serviços prestados (MIGUEL e SALOMI, 2004). Sendo assim, diversas técnicas de mensuração dos serviços foram criadas para as auxiliarem na busca de seus objetivos; sendo uma destas, analisada mais a fundo neste estudo, o modelo SERVPERF.

O uso do modelo SERVPERF como instrumento de gestão é favorável na percepção da qualidade dos serviços de meios de hospedagem, pois estes são intangíveis e de difícil mensuração, logo, sua aplicação aponta alguns aspectos críticos que a empresa na qual o utiliza procura resolver.

A partir destes conceitos, surge, então, a seguinte problemática: **como se dá a aplicação do modelo SERVPERF em um hotel na cidade de Natal/RN, como forma de medição da qualidade de seus serviços prestados?**

O estudo em voga justifica-se na compreensão e elucidação da importância do método SERVPERF no processo de avaliação dos serviços turísticos dos empreendimentos desta área, no que diz respeito à qualidade dos serviços prestados pelos meios de hospedagem e à satisfação dos clientes. Por este motivo, muitos estudos vêm sendo realizados a fim de explorar o processo de aplicação desta ferramenta em diversas áreas do turismo além da hotelaria (RODRIGUES, 2015), como o setor de restaurantes (FERREIRA, 2011; SILVA, MEDEIROS e COSTA, 2010); a oferta de serviços turísticos nos ambientes de comércio *online* e *off-line* (NIÑO, 2009); e a percepção da qualidade ambiental nos serviços turísticos (MACHADO, 2014).

Desta forma, com base na definição de Gestão da Qualidade, o presente estudo tem por objetivo: Analisar como se deu o processo de aplicação do instrumento SERVPERF no meio de hospedagem selecionado para pesquisa. E como objetivos intermediários, constituiu em: identificar os motivos e interesses do hotel em aplicar o SERVPERF como ferramenta de medição da qualidade de seus serviços prestados; mostrar de que forma foram utilizados os dados obtidos com a aplicação do

SERVPERF; e, verificar as principais dificuldades e obstáculos encontrados no processo de aplicação da ferramenta no meio de hospedagem em questão.

Os capítulos seguintes deste estudo tratam do *framework teórico*: Turismo & Meios de Hospedagem, Gestão da Qualidade e Instrumentos de Medição da Qualidade & SERVPERF; Procedimentos Metodológicos; Análise e Discussão dos Dados e Considerações Finais.

## **2 GESTÃO DA QUALIDADE, SERVPERF E MEIOS DE HOSPEDAGEM**

### **2.1 Turismo & Meios de Hospedagem**

A Pesquisa de Serviços de Hospedagem (IBGE, 2016) investigou 31.299 estabelecimentos no País, que registraram um total de 1.0011.254 unidades habitacionais (UHs) e 2.407.892 leitos. Ainda sobre a pesquisa, a região Nordeste se destaca como a segunda maior rede hoteleira com 23,6% dos estabelecimentos, 21,7% das unidades habitacionais e 22,4% dos leitos disponíveis no Brasil.

Os meios de hospedagem nacionais, por sua vez, registraram uma média de 32 unidades habitacionais por estabelecimento, tendo o Rio Grande do Norte uma média de 31 UHs. O Estado ainda aparece com 51,9% do número de pousadas a partir da distribuição dos tipos de empreendimentos hoteleiros (IBGE, 2016).

A cidade de Natal/RN aparece como um dos Municípios das Capitais que sofreram decréscimos na capacidade de hospedagem em relação a 2011, registrando uma queda de 3,2% nas UHs e 4,7% de leitos disponíveis. Porém, comparando-se a estrutura de hospedagem com o tamanho da população, Natal/RN destaca-se com 1.263 UHs e 3.232 leitos por 100.000 habitantes (IBGE, 2016).

De acordo com a pesquisa da Jones Lang Lasalle - JLL *Achieve Ambitions* (2018), em parceria com a Associação Brasileira de Resorts (ABR) e o Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FHB), a performance dos hotéis do país no ano de 2017 foi marcada pelo terceiro ano consecutivo de queda do REVPAR (*Revenue per Available Room*). A pesquisa também aponta os principais segmentos de demanda hoteleira no Brasil, que são: lazer, grupos de eventos e negócios, que representou cerca de 75% da demanda por hospedagem no país.

Através da análise dos dados supracitados, verificou-se a insuficiência na utilização de um Programa de Qualidade Total (CERQUEIRA NETO, 1991) por parte das empresas hoteleiras no Brasil, visto que diante do atual cenário do mercado

turístico, existe uma grande oferta de serviços de hotelaria que não prezam pela qualidade, tornando-se cada vez mais competitivas no que diz respeito ao aumento da oferta, onde findam por negligenciar a qualidade do serviço prestado ao cliente.

Por conseguinte, estas, apesar de se esforçarem para manterem-se competitivas com outras redes de hotéis, porém por não aplicarem um Programa de Qualidade Total, perdem parte de sua demanda, não suprimindo completamente as necessidades de seus clientes e/ou investem em públicos totalmente contrários ao tipo de hóspede no qual atraem.

Para além da atração de novos hóspedes, é necessário ofertar produtos e serviços qualificados, no entanto identifica-se que, na maioria dos casos, não há uma gerência adequada para a melhoria da prestação de serviços ou investe-se em serviços de consultoria apenas para a área estrutural da empresa.

Entre os objetivos do Controle da Qualidade Total não estão apenas os lucros, mas também os melhoramentos gerais em áreas como treinamento do empregado, a satisfação do consumidor, a garantia da qualidade, o controle do custo, o volume, o controle da energia e o desenvolvimento de novos produtos (IMAI, 1992 *apud* CASTELLI, 1996, p.17).

Os meios de hospedagem também se configuram como parte dos equipamentos turísticos, comercializados dentro do mercado do turismo (CÂNDIDO e VIEIRA, 2003), por serem empresas prestadoras de serviços. À vista disso, tem-se então a necessidade de mensurar a qualidade da prestação destes, uma vez que investir em qualidade resulta em menos defeitos, produtos melhores, posição financeira melhor, maior bem-estar, menor giro de pessoal, menor absenteísmo, clientes satisfeitos e uma imagem melhor (MÖLLER, 1993 *apud* CASTELLI, 1996).

Como a atividade turística correlaciona-se diretamente com os meios de hospedagem, frequentemente a percepção que os turistas possuem dos serviços destes equipamentos resulta na experiência vivida durante a viagem. Conseqüentemente, se os serviços prestados pelo hotel não forem satisfatórios, isto fará com que a imagem do destino visitado por este turista seja prejudicada, diminuindo a demanda do hotel e do destino turístico em si.

Os meios de hospedagem, mais especificamente, os hotéis, são definidos como o estabelecimento onde os turistas encontram hospedagem e alimentação, e pagam por esses serviços, podendo ser considerados também como uma empresa que visa à obtenção de lucro, através de seus serviços de alojamento, alimentação e entretenimento (CÂNDIDO e VIEIRA, 2003).

Segundo Castelli (1996), não existe ainda nos hotéis uma visão gerencial voltada para o processo, dificultando, deste modo, a obtenção da excelência dos serviços e, conseqüentemente, do encantamento do cliente.

O hotel precisa oferecer produtos-serviços com qualidade para poder conectar-se com seus clientes. Para tanto é necessário estabelecer requisitos que traduzam os seus desejos, necessidades e expectativas. Uma vez estabelecidos, cumpri-los à risca, já que a qualidade é conformidade com os requisitos. Uma vez fixados os requisitos, é possível verificar, através de técnicas de medida (quantitativas e qualitativas), sua conformidade ou não com os mesmos. Para o caso dos requisitos que compõem os bens, não fica difícil medi-los. O mesmo não acontece com os serviços, devido aos seus componentes imateriais, com isto não quer dizer que não possam ser medidos. Pelo contrário, até porque existem medidas qualitativas (CASTELLI, 1996, pp.20-21).

Sendo assim, surgem os instrumentos de medição da qualidade para preencher a lacuna da necessidade de mensuração dos serviços hoteleiros, uma carência na qual, muitas empresas se encontram e, devido a esta falta de mensuração, a qualidade dos serviços prestados fica comprometida e o nível de fidelidade do cliente torna-se cada vez mais baixo.

Desta maneira, este estudo procurou verificar se houveram mudanças significativas na estrutura e na forma do serviço prestado no meio de hospedagem em questão, após a análise dos dados obtidos com a aplicação dos questionários.

## **2.2 Gestão da Qualidade**

A Gestão da Qualidade é considerada como um fator estratégico para a melhoria de competitividade e produtividade (PORTER, 2004), tendo um papel significativo em diversos segmentos de prestação de serviços, sendo considerada como um sistema permanente e de longo prazo, voltado para o alcance da satisfação do cliente através de um processo de melhoria contínua dos produtos e serviços gerados pela empresa (SILVA, 2016).

Pode-se definir a Gestão da Qualidade de duas maneiras: A Pequena Qualidade, que se limita às características de produtos e serviços consideradas importantes para seus usuários e compradores; e a Grande Qualidade, que envolve a satisfação comum de várias pessoas, grupos e comunidades, envolvidos na vida de uma organização. A pequena qualidade, no longo prazo, não passa de consequência da grande qualidade (ISHIKAWA, 1990 *apud* COLTRO, 1996).



Desta maneira, podemos afirmar que a Grande Qualidade tem um enfoque holístico em relação à organização; e este enfoque exige uma mudança aguda na filosofia tradicional que se pratica em termos de produção nas empresas, uma mudança de um foco baseado em custos e produtividade, para um fundado em qualidade e na visão do cliente/consumidor (COLTRO, 1996).

Segundo Garvin (1992 *apud* COLTRO, 1996), este novo enfoque tem cinco pressupostos básicos, onde a qualidade: 1) é definida do ponto de vista do cliente; 2) é relacionada com a lucratividade em ambos os lados: do mercado e de custos; 3) é visualizada como uma arma competitiva; 4) é construída desde o processo de planejamento estratégico; e 5) requer um compromisso que abranja todos os membros da organização.

De acordo com Silva (2016), a qualidade associada à gestão é um fator competitivo e responsável pela permanência nos hotéis e fidelização dos clientes, que tiveram suas expectativas alcançadas e/ou superadas, obtendo com isso a indicação do produto e/ou serviços. Ainda segundo a autora, a gestão da qualidade dos serviços se faz de importância significativa para o retorno destes e divulgação do empreendimento para seus contatos, e com isso o maior crescimento da área.

A qualidade envolve diferentes aspectos simultaneamente, tais como: duração de tempo em uma fila, confiabilidade, rapidez/agilidade, acessibilidade, atendimento, estacionamento e infraestrutura (PALADINI, 2010). Consequentemente, o cliente passa a avaliar a qualidade não apenas pelo serviço prestado, mas por este conjunto de aspectos relacionados a este.

Através do conceito de Qualidade Total, uma forma de ação administrativa, que coloca a qualidade dos produtos ou serviços, como o principal foco para todas as atividades da empresa, surge o conceito de Gestão da Qualidade Total, que, conforme Coltro (1996) pode ser definida como a concretização desta ação, na gestão de todos os recursos organizacionais, bem como no relacionamento entre as pessoas envolvidas na empresa. Assim, pode-se inferir que esta ação consolida-se através de um agrupamento de ideias e técnicas voltadas para um aumento da competitividade da empresa, principalmente no que diz respeito à melhoria de produtos e processos (COLTRO, 1996).

A partir destes conceitos, buscou-se analisar como se deu o processo de aplicação do instrumento SERVPERF no meio de hospedagem em estudo, como forma de analisar a Gestão da Qualidade Total neste.

### 2.3 Instrumentos de Medição da Qualidade & Modelo SERVPERF

As empresas que se empenham na implementação de programas de qualidade total, cujos resultados não só garantem a plena satisfação dos clientes como também reduzem os custos de operação, minimizando as perdas, diminuindo consideravelmente os custos com serviços externos e otimizando a utilização dos recursos existentes (CERQUEIRA NETO, 1991), ganham credibilidade com seus clientes internos e externos, e mantêm-se cada vez mais competitivas no mercado. Por conseguinte, uma das formas mais comuns e eficazes utilizadas por estas, com a finalidade de atingir um alto nível de qualidade na prestação de seus serviços, é a aplicação de instrumentos de medição da qualidade.

As ferramentas da qualidade são instrumentos utilizados para identificar oportunidades de melhoria e auxiliar na mensuração e apresentação de resultados, visando ao apoio à tomada de decisão por parte do gestor do processo (BEHR, MORO e ESTABEL, 2008, *apud* SILVA, 2016).

Ao analisar os modelos de medição da qualidade, SPINA *et. al.* (2013), destaca três destes: o modelo SERVQUAL, o modelo de Grönroos e o modelo SERVPERF. Todos podem ser utilizados em diversos tipos de serviços, no entanto são utilizados com objetivos e dimensões diferentes.

Uma das primeiras pesquisas direcionadas à área da qualidade dos serviços foi a de Parasuraman *et. al.* (1988 *apud* MIGUEL e SALOMI, 2004) ao elaborar um modelo, direcionando os fatores e os motivos de falha dos serviços, o Modelo SERVQUAL; e como alternativa a este modelo, Cronin e Taylor (1992) criaram o Modelo SERVPERF, baseando-se somente na percepção de desempenho de serviços, no qual o foco é a expectativa e o desempenho. O modelo SERVPERF é referenciado com melhores índices de confiabilidade, além de possuir um questionário mais reduzido (MIGUEL e SALOMI, 2004).

O Modelo SERVPERF é composto pelos 22 itens propostos pelo modelo SERVQUAL, representando as cinco dimensões da qualidade em serviço: confiabilidade, presteza, segurança, empatia e aspectos tangíveis. Sendo utilizado como método de embasamento de resultados, pois é capaz de diagnosticar a percepção do consumidor em diferentes áreas de observação.

O modelo SERVPERF utilizado nas empresas é estruturado da seguinte forma: utiliza a escala de *Likert* com 3, 5 ou 7 pontos; espaço

de sugestão ou reclamação, de forma descritiva; codificação feita pela empresa para maior controle dos questionários; e perfil sociodemográfico (PEREIRA *et al*, 2015).

Uma vez que foi desenvolvido baseado somente na percepção de desempenho dos serviços, o SERVPERF torna-se mais sensível em retratar as variações de qualidade em relação a outras escalas testadas (CRONIN e TAYLOR, 1992 *apud* MIGUEL e SALOMI, 2004).

Entretanto, além da elaboração de questionários para mensuração da qualidade do serviço prestado, faz-se necessário a análise das respostas adquiridas por meio da aplicação da ferramenta que, por conseguinte, embasarão a tomada de decisões relevantes para melhoria do desempenho dos serviços do empreendimento. Desta maneira, este estudo buscou verificar as principais dificuldades e obstáculos encontrados no processo de aplicação da ferramenta no meio de hospedagem em questão.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

No que diz respeito aos procedimentos metodológicos adotados, a elaboração da ferramenta de gestão da qualidade empregada neste estudo realizou-se durante o estágio curricular obrigatório da autora, que se deu no setor de *Conciierge* de um hotel do bairro de Ponta Negra, na cidade de Natal/RN. Sendo assim, optou-se pela abordagem qualitativa para a construção deste. Pois, na pesquisa qualitativa, o cientista é ao mesmo tempo o sujeito e o objeto de suas pesquisas; e esta se preocupa, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser qualificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Dado o propósito de analisar o processo de aplicação do SERVPERF no meio de hospedagem em questão, trata-se de um estudo de caso, pois, o estudo de caso intrínseco é aquele em que o caso constitui o próprio objeto da pesquisa, e o que o pesquisador almeja é conhecê-lo em profundidade, sem qualquer preocupação com o desenvolvimento de alguma teoria (GIL, 2002). Onde, através do conhecimento em profundidade do como e do porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procura-se descobrir o que há nela de mais essencial e característico (FONSECA, 2002 *apud* GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Desta forma, se buscou compreender a percepção da supervisora de vendas do hotel, a qual atua na gestão e planejamento do mesmo, no que concerne ao processo de

aplicação do instrumento, à utilização dos dados obtidos, e as principais dificuldades e obstáculos encontrados durante a aplicação; através de uma coleta de dados *in loco* realizada no dia 23 de novembro de 2017, por meio de entrevista semiestruturada, sendo gravada com o auxílio de *smartphone*, mediante autorização de divulgação dos dados pertinentes à pesquisa, pois, devido aos aspectos éticos, optou-se por não revelar o nome do empreendimento em questão. Caracterizando este estudo como de caráter exploratório e descritivo, visto que, a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses e a pesquisa descritiva, em geral, procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis (DENCKER, 1998).

Para tratamento dos dados realizou-se a análise de conteúdo com base na transcrição da entrevista e aferição das informações pertinentes ao tema abordado para obtenção dos resultados esperados.

## **4 ANÁLISE E DISCUSSÃO**

### **4.1 Motivos e Interesses da Aplicação do SERVPERF**

Durante o exercício do estágio curricular obrigatório da autora, percebeu-se que o questionário utilizado pelo meio de hospedagem não atendia às suas necessidades, por esse motivo, decidiu-se por elaborar um instrumento designado para cada setor específico do hotel, abordando as principais temáticas destes. A sugestão foi acatada pelos gestores do empreendimento e a ferramenta pôde ser construída e aplicada posteriormente, sendo este procedimento analisado mais a fundo neste estudo, uma vez que o processo de aplicação da ferramenta não pôde ser acompanhado pela autora devido ao término do período de estágio.

Para a elaboração dos questionários verificou-se que estes fossem confeccionados de forma atrativa para os hóspedes, para que eles se propusessem a respondê-los. Deste modo optou-se, além das cores vibrantes nos instrumentos e da linguagem mais clara, por utilizar frases conhecidas na internet no título dos questionários (popularmente conhecidas como “*memes*”), a fim de despertar o interesse do público.

Para além do novo *layout* das ferramentas de gestão, observou-se que havia a necessidade por parte dos gestores de traçar respostas e solucionar os problemas evidenciados nos questionários aplicados; para que quando os hóspedes retornassem ao

destino Natal/RN, pudessem regressar ao meio de hospedagem em questão, identificando que os problemas apontados por eles foram solucionados, deixando evidente que cada resposta tem um peso de influência na decisão do gestor e que as questões apontadas pelos hóspedes são levadas em consideração, visto que algumas empresas utilizam o método, porém não fazem o uso da ferramenta para diagnosticar os problemas e criar soluções.

Sendo assim, tendo conhecimento do modelo SERVPERF e da sua capacidade de diagnosticar falhas na prestação de serviços, estabeleceu-se o uso deste método, porém com novo *layout* e conteúdo para que o hotel pudesse ser mais competitivo na área, e para que os gestores pudessem esclarecer onde estavam os erros e acertos do meio de hospedagem em questão.

#### **4.2 Construção da Ferramenta e Uso das Informações na Gestão**

O instrumento de mensuração da qualidade dos serviços prestados pelo hotel estudado consiste em três questionários baseados no Modelo SERVPERF: o questionário azul (ver apêndices A e B), com 10 questões pertinentes aos aspectos dos serviços prestados pela recepção; o questionário verde (ver apêndices C e D), com 11 questões relacionadas à infraestrutura da piscina/área de lazer e deck, e serviços prestados pelo restaurante, bem como o café da manhã, carro chefe e diferencial do hotel; e o questionário rosa (ver apêndices E e F), com 11 questões relacionadas ao setor de governança e à infraestrutura das unidades habitacionais do hotel. Sendo assim, em virtude de gerar uma maior participação dos funcionários da empresa durante construção da ferramenta, todas as áreas do hotel foram consultadas para que esta pudesse abranger da melhor forma, cada setor em específico.

Todos os questionários foram elaborados a partir da escala com base em *Likert* de 5 pontos, variando do “Muito Ruim” ao “Muito Bom”, e em algumas questões apresenta o item “Não utilizou”; bem como questões subjetivas a fim de melhor analisar a percepção dos hóspedes.

A escala *Likert* costuma ser apresentada como uma espécie de tabela de classificação. Afirmativas são apresentadas e o respondente é convidado a emitir o seu grau de concordância com aquela frase. Dentre as opções de respostas, e considerando aqui a escala original de 5 pontos, teríamos: 1) discordo totalmente, 2) discordo, 3) indiferente (ou neutro), 4) concordo e 5) concordo totalmente (FRANKETHAL, 2017, *on-line*).

Para Vieira e Dalmoro (2008), o trabalho de Likert (1932) deixa claro que a sua escala centrava-se na utilização de cinco pontos, e não mencionou o uso de categorias de respostas alternativas na escala a ser utilizada. Os autores ainda afirmam que, embora o uso de escalas com outro número de itens, diferente de cinco, representem uma escala de classificação, quando esta não conter cinco opções de resposta, não se configura uma escala *Likert*. No entanto, Clason e Dormody (1994 *apud* VIEIRA e DALMORO, 2008) afirmam que muitos estudos têm usado diversas classificações paralelas à classificação tradicional de cinco pontos de maneira satisfatória. Neste caso, a escala se configura como tipo *Likert*, sendo este modelo adotado para a construção do instrumento utilizado neste estudo.

Por se tratar de um empreendimento já consolidado na área hoteleira de Natal/RN, com um considerável número de clientes internacionais, os questionários foram elaborados simultaneamente em três línguas: Língua Portuguesa, Inglesa e Espanhola; no final os questionários apresentam um perfil sociodemográfico e um espaço destinado para o código de controle no verso da página.

Após a confecção dos questionários e distribuição dos mesmos pôde-se perceber um aumento significativo da demanda de respostas por parte dos hóspedes, sendo identificado que um dos benefícios trazidos pela elaboração e uso da ferramenta é de que a análise das respostas auxilia na tomada de decisões pelos gestores do hotel para a execução de soluções encontradas.

No entanto, apesar da empresa estar sempre aberta a novas mudanças, certos problemas não podem ser solucionados por serem limitações estruturais e que não competem à administração atual do hotel. Porém, questões mais simples encontradas durante a análise das respostas, como a qualidade do *Hotspot WiFi* ofertado pelo hotel, e que foi uma das maiores reclamações dos hóspedes, foi resolvida através de um teste de novos equipamentos no Bloco A, onde a melhoria será realizada também nos blocos restantes.

#### **4.3 Principais Dificuldades e Restrições**

Como o objetivo principal deste estudo consistiu em verificar de que forma o instrumento SERVPERF foi aplicado no meio de hospedagem selecionado para pesquisa, iniciou-se a entrevista indagando à supervisora de vendas do hotel como esta ação havia sido realizada. Ao ser questionada a supervisora explicou que num primeiro momento os questionários foram deixados nos apartamentos para que fossem

respondidos pelos hóspedes e entregues na recepção do hotel. No entanto, este método não foi muito eficaz, pois mesmo que estivessem em um lugar bem visível, a maior parte dos hóspedes não se preocupou em responder.

Então, mudou-se a estratégia: os questionários foram todos recolhidos e deixados na recepção para serem entregues aos hóspedes junto com a carta de *check out*, como era de costume com o instrumento antigo. Desta forma, o método teve 99% de aprovação, uma vez que os hóspedes preenchiam durante o *check out* e faziam questão de entregar. Em duas semanas quase 90 questionários foram preenchidos; onde permaneceu o método de divisão por blocos, que por se tratar de três blocos, o Bloco A, recebeu o questionário verde (Restaurante); o Bloco B recebeu o questionário rosa (Governança); e o Bloco C recebeu o questionário azul (Recepção), para saber a percepção dos hóspedes de cada setor.

Percebeu-se que a maior dificuldade encontrada durante a aplicação dos questionários foi fazer com que os hóspedes os respondessem e, ao identificar o problema e reformular a estratégia de aplicação, o sucesso foi imediato; havendo também *feedback* positivo por parte dos hóspedes no que diz respeito ao novo *layout* dos instrumentos, e dos funcionários da empresa, uma vez que é possível, a partir da análise das respostas, ver cada setor separadamente e se concentrar no que é preciso melhorar.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As ferramentas de gestão da qualidade são bastante significativas no âmbito acadêmico, no entanto, vêm sendo negligenciadas no senso comum, sendo perceptível sua má aplicação em diversos estabelecimentos para avaliação da qualidade de seus serviços através de questionários produzidos de qualquer maneira; componentes básicos incorretos; modelos de instrumentos incompatíveis com o gênero da empresa, entre outros. Salvos os empreendimentos nos quais há um processo de consultoria em que seu instrumento de gestão é personalizado, ainda assim, ocorrem falhas de aplicabilidade, mau acompanhamento por parte de seus gestores e/ou déficit de melhorias após sua aplicação.

Nota-se a ampla visibilidade do modelo SERVQUAL na gestão de organizações para a percepção da qualidade de seus serviços, no entanto, o modelo SERVPERF, encontra-se mais restrito ao contexto teórico, sendo utilizado de forma errônea em empreendimentos prestadores de serviços, como dito anteriormente. Desta forma, é

necessário que haja uma aproximação entre academia e mercado de trabalho para que o uso dessas ferramentas seja mais satisfatório e realizado da maneira correta; a fim de suprir as necessidades dos clientes das empresas as quais os utilizam e gerar mais visibilidade para estas por meio da melhoria de seus serviços.

A partir da análise e tratamentos dos dados percebeu-se que a utilização de um instrumento de mensuração da qualidade no hotel trouxe mudanças significativas na prestação dos serviços ofertados pelo mesmo, comprovando assim a eficiência e eficácia da utilização do método SERVPERF na hotelaria.

Por se tratar de três questionários elaborados para avaliar setores diferentes do empreendimento hoteleiro em questão, fez-se necessária a consulta de funcionários de diversos cargos e áreas presentes no hotel, a fim de melhor construir as questões presentes nos instrumentos de pesquisa de opinião, suprindo assim a necessidade de cada setor e fazendo com que os demais colaboradores se sentissem motivados e incluídos no processo de construção da nova ferramenta. Uma simples ação como esta contribui para a diminuição de problemas de comunicação entre setores e gera maior colaboração dos funcionários caso haja necessidades de mudanças, uma vez que os mesmos estão a par das tomadas de decisões do hotel.

Ao deparar-se com a dificuldade encontrada durante a aplicação dos formulários, a gestora decidiu mudar a estratégia de aplicação destes, evidenciando a necessidade de mudança e verificação constantes por parte dos gestores para uma melhor prestação de serviços e eficácia na realização de tarefas na empresa.

Em síntese, notou-se que os maiores benefícios encontrados após a aplicação dos questionários foram: maior satisfação dos empregados em relação ao seu trabalho e a empresa como um todo; redução de problemas de comunicação entre setores; melhoria dos serviços prestados pelo empreendimento e maior satisfação dos clientes.

Tendo a compreensão de que se faz necessária a avaliação contínua dos serviços prestados, o estudo da ferramenta SERVPERF detém um alto grau de relevância no que diz respeito à gestão da qualidade dos serviços em meios de hospedagem. No entanto, existe uma insuficiência de estudos sobre a temática na área, bem como a ineficácia do uso do instrumento nos empreendimentos hoteleiros, tornando-se imprescindível a continuidade desse estudo e de outros mais que por ventura venham a surgir.

Desta maneira, sugere-se que novos estudos deste gênero sejam ser realizados e que seja feita uma nova avaliação no meio de hospedagem no qual ela foi realizada anteriormente, para que seus serviços continuem atingindo às expectativas dos clientes



da melhor maneira, de forma que estes se sintam convidados a retornar ao hotel e para o destino no qual ele se insere.

## REFERÊNCIAS

CÂNDIDO, Í.; VIEIRA, E. V. **Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços**. Caxias do Sul: Educs, 2003.

CASTELLI, G. **Excelência em Hotelaria: Uma Abordagem Prática**/ Geraldo Castelli.- Rio de Janeiro: Qualitymark, Ed., 1996.

CERQUEIRA NETO, E. P. **Gestão da Qualidade: Princípios e Métodos**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1991.

COLTRO, A. A Gestão da Qualidade Total e suas Influências na Competitividade Empresarial. **Caderno de Pesquisas em Administração**. v. 1, n.1, São Paulo: 1996.

CRONIN, J. J; TAYLOR, S. A. Measuring service quality: a reexamination and extension. **Journal of Marketing**, v. 56, n. 3, p. 55-68, 1992.

DENCKER, A. F. M. **Metodologia de pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

FERREIRA, Jefferson Cavalcante. **Perfis estratégicos e percepção da qualidade: um estudo nos restaurantes da rota turística de Natal-RN** / Jefferson Cavalcante Ferreira. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-graduação em Turismo. - Natal, 2011.

FRANKENTHAL, R. **Entenda a escala Likert e como aplica-la em sua pesquisa**. Mindminers, 2017. Disponível em: < <https://mindminers.com/pesquisas/entenda-o-que-e-escala-likert>>. Acesso em: 8 dez 2018, 10:48:46.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa** / [organizado por] Tatiana Engel Gerhardt e Denise Tolfo Silveira; coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

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

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de serviços de hospedagem: 2016** / IBGE, Coordenação de Serviços e Comércio. - Rio de Janeiro: IBGE, 2016. Disponível em: < <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2100623> >. Acesso em: 9 nov 2018, 10:22:21.

JLL, Jones Lang Lasalle Achieve Ambitions. **Lodging Industry Brazil 2018** – Hotelaria em Números Brasil 2018: São Paulo, 2018. Disponível em: < <http://www.jll.com.br/brazil/pt-br/Relatorios/hot%C3%A9is-e-hospitalidade#k=> >. Acesso em: 6 nov 2018, 15:14:18.

MACHADO, B. L. **Análise da percepção da qualidade ambiental e de serviços turísticos em João Pessoa/PB** / Bruno Lima Machado. - Dissertação (Mestrado em

Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais aplicadas. Programa de Pós-graduação em Turismo. - Natal, 2014.

MIGUEL, P. A. C.; SALOMI, G. E. Uma revisão dos modelos para medição da qualidade em serviços. **Revista produção**. v. 14, n. 1, 2004.

NIÑO, F. M. **A oferta de serviços turísticos nos ambientes de comércio *online* e *off-line*** / Fanny Mori Niño. - Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo. Departamento de Administração. Programa de Pós-graduação em Administração. São Paulo, 2009.

PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade: Teoria e prática**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PEREIRA, P. C.; SÁ, R. R. da S.; FERREIRA, L. V. F. A importância da gestão da qualidade e seus instrumentos de medição: estudo de caso XXI Seminário de Pesquisa AMPTUR, *In: XXI Seminário de Pesquisa do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA/UFRN)*, Natal/RN, 2016.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga. 2 ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

RODRIGUES, D. S. de A. **Qualidade dos serviços hoteleiros: percepções dos turistas de negócios de Teresina-PI** / Danielle Smilay de Almeida Rodrigues. – Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-graduação em Turismo. – Natal, 2015.

SILVA, I. C. O. G. da. **Gestão da Qualidade dos Serviços em Turismo de Bem-Estar: Análise em SPAs do Brasil** / Islaine Cristiane Oliveira Gonçalves da Silva. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Programa de Pós-Graduação em Turismo. - Natal, 2016.

SILVA, L. M. T. da; MEDEIROS, C. A. F.; COSTA, B. K. Cultura organizacional e qualidade dos serviços turísticos: um estudo em restaurantes de Natal/RN. **Revista Turismo Visão e Ação**, v. 12, n. 2, p. 230–247. Eletrônica: 2010.

SPINA, D. T.; GIRALDI, J. M. E. ; OLIVEIRA, M. M. B. A influência das dimensões da qualidade de serviços na satisfação do cliente: um estudo em uma empresa do setor de controle de pragas. **REGE**, v. 20, n. 1, p. 93-112. São Paulo, 2013.

VIEIRA, K. M., DALMORO, M. Dilemas na Construção de Escalas Tipo Likert: o Número de Itens e a Disposição Influenciam nos Resultados?, *in: XXXII Encontro da ANPAD*, Rio de Janeiro, 2008.

## APÊNDICE A – Questionário azul: Recepção (frente)

**QUEM GOSTOU BATE PALMA, QUEM NÃO GOSTOU RECLAME**  
A quien le gustó aplaude, a quien no le gustó reclama  
If you liked, clap! If you didn't, please complain here

**RECEPÇÃO**  
Recepción / Front desk

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>N/A</b>
Muito Ruim Muy Malo Very Bad	Ruim Malo Bad	Regular	Bom Bueno Good	Muito Bom Muy Bueno Very Good	Não Utilizou No ha utilizado Not used

O que você acha da reserva? / ¿Qué piensas de la reserva? / What do you think about the reservation ?

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>N/A</b>
----------	----------	----------	----------	----------	------------

O que você acha do atendimento da recepção? / ¿Qué piensas de la atención de la recepción? / What do you think about the front desk's service ?

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
----------	----------	----------	----------	----------

Como você avalia a eficácia do atendimento dos recepcionistas? / ¿Cómo evalúa la eficacia de la atención de los recepcionistas? / How do you evaluate the receptionists' accuracy?

Durante o dia : Durante el día/Daytime:					
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>N/A</b>
-----					
Durante a noite : Durante la noche/Nighttime:					
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>N/A</b>

Como você avalia a limpeza do banheiro da recepção? / ¿Cómo evalúa la limpieza del baño de la recepción? / How do you evaluate the front desk's restroom cleanliness?

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>N/A</b>
----------	----------	----------	----------	----------	------------

## APÊNDICE B – Questionário azul: Recepção (verso)

Como você avalia a qualidade do Wi-Fi? / ¿Cómo evalúa la calidad del Wi-Fi?  
How do you evaluate the Wi-Fi's quality?

1       2       3       4       5       N/A

Como você avalia a entrada/saída da garagem? / ¿Cómo evalúa la entrada/salida del garaje? / How do you evaluate the garage's access?

1       2       3       4       5       N/A

A recepção forneceu o controle do portão da garagem? / ¿La recepción ofreció el control de la puerta del garaje? / Have you had the access to the garage key?

Sim  
Si  
Yes       Não  
No  
No       Não Utilizou  
No ha utilizado  
Not used

A recepção sugeriu passeios? / ¿La recepción sugirió paseos? / Has the front desk suggested any tour?

Sim  
Si  
Yes       Não  
No  
No

Quais? \_\_\_\_\_  
¿Cuales? \_\_\_\_\_  
Which? \_\_\_\_\_

A recepção forneceu informações sobre serviços nas proximidades do hotel? / ¿La recepción proporcionó información sobre los servicios cercanos al hotel? / Has the staff provided information on services nearby the hotel?

Sim  
Si  
Yes       Não  
No  
No

Por favor, escreva qualquer comentário que possa tornar sua próxima estada mais agradável.

Por favor, escriba cualquier comentario que pueda hacer su próxima estancia más agradable.  
Please, if you have any comments that might make your next time with us more enjoyable,  
feel free to write.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Nome: \_\_\_\_\_ Ap.: \_\_\_\_\_

-----

E-mail: \_\_\_\_\_

COD: \_\_\_\_\_

Após preenchido,  
depositar na  
recepção  
Una vez  
cumplimentado,  
depositar en la  
recepción.  
After filling out,  
leave at the front desk

## APÊNDICE C – Questionário verde: Restaurante/Piscina (frente)

**QUEM GOSTOU BATE PALMA, QUEM NÃO GOSTOU RECLAME**  
A quien le gustó aplaude, a quien no le gustó reclama  
If you liked, clap! If you didn't, please complain here

**RESTAURANTE/ PISCINA**  
Restaurante / Piscina / Restaurant / Swimming Pool

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>N/A</b>
Muito Ruim Muy Malo Very Bad	Ruim Malo Bad	Regular	Bom Bueno Good	Muito Bom Muy Bueno Very Good	Não Utilizou No ha utilizado Not used

O que você acha da estrutura do restaurante? / ¿Qué piensas de la estructura del restaurante?/ What do you think of the restaurant's structure?

**1**      **2**      **3**      **4**      **5**

Como você avalia a limpeza do restaurante? / ¿Cómo evalúa la limpieza del restaurante?/ How do you evaluate the restaurant's cleanliness?

**1**      **2**      **3**      **4**      **5**

Como você avalia o atendimento dos funcionários do restaurante? / ¿Cómo evalúa la atención de los empleados del restaurante?/ How do you evaluate the restaurant's staff?

**1**      **2**      **3**      **4**      **5**

O que você acha das opções do Buffet? Por quê? / ¿Qué piensas de las opciones del Buffet? ¿Por qué?/ What do you think about the Buffet? Why?

**1**      **2**      **3**      **4**      **5**

-----  
-----  
-----

Qual sua opinião sobre o horário do café da manhã? / ¿Cuál su opinión sobre el horario del desayuno?/ What is your opinion about the breakfast time?

**1**      **2**      **3**      **4**      **5**

**APÊNDICE D – Questionário verde: Restaurante/Piscina (verso)**

O que você deseja assistir? /¿Qué quieres ver? / What would you like to watch?

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Quais? / ¿Cuales? / Which?
jornal	Música	Rádio	Outros	-----
Periódico	Música	Radio	Otros	-----
TV News	Music	Radio	Others	

Como você avalia o serviço de bar e piscina? / ¿Cómo evalúa el servicio de bar y piscina? / How do you evaluate the swimming pool and the bar service?

1     2     3     4     5     N/A

Como você avalia a estrutura da piscina? / ¿Cómo evalúa la estructura de la piscina? / How do you evaluate the swimming pool's structure?

1     2     3     4     5     N/A

O que você acha da estrutura do banheiro social da área da piscina? / ¿Qué piensas de la estructura del baño social del área de la piscina? / How do you evaluate the swimming pool's restroom structure?

1     2     3     4     5     N/A

Como você avalia a limpeza do banheiro social da área da piscina? /¿Cómo evalúa la limpieza del baño social del área de la piscina?/ How do you evaluate the swimming pool's restroom cleanliness?

1     2     3     4     5     N/A

O que você gostaria que fosse servido? Deixe sua sugestão: / ¿Qué te gustaría que fuera servido? Deja tu sugerencia: / What would you like to be served? Leave your suggestion:

-----  
-----  
-----

Nome: _____	Ap.: _____
E-mail: .....	

COD: \_\_\_\_\_

Após preenchido,  
depositar na  
recepção  
Una vez  
cumplimentado,  
depositar en la  
recepción.  
After filling out,  
leave at the front desk

## APÊNDICE E – Questionário rosa: Governança (frente)

**QUEM GOSTOU BATE PALMA, QUEM NÃO GOSTOU RECLAME**

A quien le gustó aplaude, a quien no le gustó reclama  
If you liked, clap! If you didn't, please complain here

**GOVERNANÇA**  
Gobernanza / Housekeeping

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>N/A</b>
Muito Ruim Muy Malo Very Bad	Ruim Malo Bad	Regular	Bom Bueno Good	Muito Bom Muy Bueno Very Good	Não Utilizou No ha utilizado Not used

Como você avalia o conforto do quarto? / ¿Cómo evalúa la comodidad de la habitación? / How do you evaluate the room?

**1**   **2**   **3**   **4**   **5**

Como você avalia a limpeza do quarto? / ¿Cómo evalúa la limpieza de la habitación? / How do you evaluate the room's cleanliness?

**1**   **2**   **3**   **4**   **5**

Como você avalia a qualidade dos utensílios domésticos? / ¿Cómo evalúa la calidad de los utensilios domésticos? / How do you evaluate the kitchenware?

**1**   **2**   **3**   **4**   **5**   **N/A**

Como você avalia a qualidade dos eletroeletrônicos (TV, ventilador e ar-condicionado)? / ¿Cómo evalúa la calidad de los electroelectrónicos (TV, ventilador y aire acondicionado)? / How do you evaluate the electronics (TV, fan and air conditioner)?

**1**   **2**   **3**   **4**   **5**   **N/A**

Como você avalia a qualidade do Wi-Fi? / ¿Cómo evalúa la calidad del Wi-Fi? / How do you evaluate the Wi-Fi's quality?

**1**   **2**   **3**   **4**   **5**   **N/A**

## APÊNDICE F – Questionário rosa: Governança (verso)

Como você avalia a qualidade do enxoval fornecido pelo hotel? / ¿Cómo evalúa la calidad del ajuar ofrecido por el hotel? / How do you evaluate the bedroomware?

1  2  3  4  5

Como você avalia a qualidade dos amenities (shampoo, condicionador, sabonete e touca de banho)? / ¿Cómo evalúa la calidad de las amenities (champú, acondicionador, jabón y gorro de baño)? / How do you evaluate the amenities' quality (shampoo, conditioner, soap and shower cap)?

1  2  3  4  5  N/A

Como você avalia o banheiro? / ¿Cómo evalúa el baño? / How do you evaluate the bathroom?

1  2  3  4  5

Como você avalia a limpeza do banheiro? / ¿Cómo evalúa la limpieza del baño? / How do you evaluate bathroom's cleanliness?

1  2  3  4  5

Como você avalia o serviço das camareiras? / ¿Cómo evalúa el servicio de las camareras? / How do you evaluate the maids' service?

1  2  3  4  5

Por favor, escreva qualquer comentário que possa tornar sua próxima estada mais agradável

Por favor, escriba cualquier comentario que pueda hacer su próxima estancia más agradable.  
Please, if you have any comments that might make your next time with us more enjoyable, feel free to write.

-----  
-----  
-----

Nome: _____	Ap.: _____
-----	
E-mail: _____	

COD: \_\_\_\_\_

Após preenchido,  
depositar na  
recepção  
Una vez  
cumplimentado,  
depositar en la  
recepción.  
After filling out,  
leave at the front desk