



Avaliação da qualidade dos serviços prestados no turismo gastronômico de Nova Veneza/SC

Iuri de Souza Policarpi¹
Wilson Menegon Bristot²
Mari Aurora Favero Reis³
Jacir Favretto⁴
Leopoldo Pedro Guimarães Filho⁵

Recebido em: 25-09-2023

Aceito em: 26-01-2024

Resumo

O turismo é um setor dinâmico e essencial à geração de renda para moradores de Nova Veneza/SC, empreendimentos e setor público do município. Compreender o que leva os turistas a procurarem e retornarem a determinados locais é fator determinante para a fidelidade e manutenção do crescimento com qualidade. As ações de prestação de serviços precisam ser estruturadas de maneira a atender de forma satisfatória os turistas. O objetivo deste estudo é avaliar a qualidade dos serviços prestados no setor de turismo gastronômico do município de Nova Veneza, no sul do estado de Santa Catarina, utilizando como parâmetros as dimensões e a composição da gestão da qualidade em serviços turísticos, propostos por Vasconcelos (2014). O estudo caracteriza-se como uma pesquisa quantitativa, de caráter descritivo, onde foi aplicado questionário nos estabelecimentos e o método *survey* para analisar e mensurar a relação entre variáveis. A análise das dimensões gestão da qualidade, gestão de pessoas, gestão da experiência em serviços, destino turístico, ética e responsabilidade social e orientação para o mercado, à luz dos estudos de Vasconcelos (2014) serviram de sustentação para a análise geral das práticas gerenciais de empresários locais. O estudo resultou em propostas de ações de melhorias para cada dimensão. Os resultados evidenciam que a prestação de serviços é ponto a ser estudado para melhor atendimento daqueles que procuram esta oferta.

Palavras-chave: Turismo, gastronomia, empreendimentos turísticos, gestão organizacional.

Assessment of the quality of services provided in gastronomic tourism in Nova Veneza/SC

Abstract

Tourism is a dynamic and essential sector for generating income for residents of Nova Veneza/SC, businesses and the municipality's public sector. Understanding what drives tourists to seek out and return to certain locations is a determining factor in loyalty and maintaining quality growth. Service provision actions need to be structured in a way that satisfactorily serves tourists. The objective of this study is to evaluate the quality of services provided in the gastronomic tourism sector in the municipality of Nova Veneza, in the south of the state of Santa Catarina, using as parameters the dimensions and composition of quality management in tourist services, proposed by Vasconcelos (2014). The study is characterized as quantitative research, of a descriptive nature, where a questionnaire was applied in the establishments and the survey method was used to analyze and measure the relationship between variables. The analysis of the dimensions of quality management, people management, service experience management, tourist destination, ethics and social responsibility, and market orientation, in the light of Vasconcelos'

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Sistemas Produtivos (PPGSP), em forma associativa entre UNIPLAC/UNC/UNESC/UNIVILLE. Servidor Público da Prefeitura Municipal de Nova Veneza/SC. iurispolicarpi@gmail.com

² Doutorado em Engenharia de Minas, Metalúrgica e de Materiais (UFRGS). Professor do Programa de Pós-Graduação em Sistemas Produtivos (PPGSP) em forma associativa entre UNIPLAC/UNC/UNESC/UNIVILLE. wilson.bristot@unesc.net

³ Doutorado em Ensino de Ciências e Matemática (ULBRA). Professora do Programa de Pós-Graduação em Sistemas Produtivos (PPGSP), em forma associativa entre UNIPLAC/UNC/UNESC/UNIVILLE. mariaaurorafavero@gmail.com

⁴ Doutorado em Engenharia de Produção (UFRGS). Professor do Programa de Pós-Graduação em Sistemas Produtivos (PPGSP) em forma associativa entre UNIPLAC/UNC/UNESC/UNIVILLE. jfavretto@unc.br

⁵ Doutorado em Ciências Ambientais (UNESC). Professor do Programa de Pós-Graduação em Sistemas Produtivos (PPGSP) em forma associativa entre UNIPLAC/UNC/UNESC/UNIVILLE. lpg@unesc.net

studies, served as support for the general analysis of the management practices of entrepreneurs' locations. The study resulted in proposals for improvement actions for each dimension. The results show that the provision of services is a point to be studied to better serve those who seek this offer.

Keywords: Tourism, gastronomy, tourist enterprises, organizational management.

1 Introdução

O turismo tornou-se uma fonte de renda importante a moradores de locais com esse potencial, oportunizando desenvolvimento local, especialmente onde a renda local é suplementada por bares, restaurantes, redes hoteleiras, empresas de transportes, agências de turismo e demais envolvidos na prestação de serviços a visitantes. Em determinados municípios do Brasil, como Nova Veneza (SC), o turismo é a principal fonte de renda da população e sustentabilidade dos negócios locais e preservação de belezas naturais (MASTELLA; FARIAS, 2020).

Com a pandemia do novo coronavírus (COVID-19), os meios de comunicação passaram a ter uma única fonte de notícia sobre a saúde na sobrevivência humana, conseqüentemente a gastronomia e o turismo foram significativamente afetados (NETO; PEREIRA, 2021). Até o final do mês de abril de 2020 os destinos turísticos em todo o mundo apresentavam restrições de viagem, colocando em risco mais de 75 milhões de empregos das pessoas que têm no turismo sua principal atividade econômica (PAIXÃO; CORDEIRO; KÖRÖSSY, 2021).

Vários países, nomeadamente a União Europeia (UE), consideram o turismo gastronômico uma oportunidade para o desenvolvimento do espaço rural, sustentabilidade da produção, redução da migração rural-urbana, empreendedorismo social, redução da pobreza, utilização eficaz dos recursos e proteção da herança social (BAŞARAN, 2020). Pesquisa realizada pela Organização Mundial do Turismo entre junho e setembro de 2016 em 29 países revelou que a maioria das organizações de turismo (87%) considerou o turismo gastronômico como um agente estratégico na força motriz no desenvolvimento do turismo. Estudo sobre turismo gastronômico mostra que a qualidade da comida, o ambiente, o desempenho, a satisfação, o serviço e o valor desempenham um papel importante na classificação dos estabelecimentos de turismo e nos processos de tomada de decisão dos consumidores (BERTAN, 2020).

No Brasil (MANFIO, 2021), em regiões de colonização italianas e alemãs o turismo envolvendo a cultura, os bens e a gastronomia, tem como principal atrativo a cultura e a gastronomia no desenvolvimento do turismo regional de Quarta Colônia – RS. No município de Araraquara – SP (VANDERLEI *et al.*, 2020) o turismo rural e a alimentação “sustentável” têm

contribuído no desenvolvimento territorial de assentamentos. Nova Petrópolis – RS (SANTOS; HEREDIA, 2020) possui diversos roteiros, atrativos naturais e culturais, sendo gastronomia farta um dos atrativos turísticos, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do município.

Neste trabalho, o objetivo é verificar o atendimento às dimensões da qualidade dos serviços prestados no turismo gastronômico no município de Nova Veneza, localizado no sul de Santa Catarina, à luz dos conceitos e estudos realizados por Vasconcelos (2014). Para o pesquisador é o momento de aplicar os conhecimentos obtidos na academia, a fim de contextualizar a relação empreendedor e turista. A universidade oportuniza pesquisas em diversas áreas do conhecimento. Para o município os resultados obtidos podem ser utilizados para a criação de políticas públicas para promoção do turismo local. Para os empreendimentos o instrumento pode servir de base para o melhor os serviços prestados, conhecer o mercado e melhorar a qualidade. E, ao turista, encontrar nos destinos turísticos serviços de qualidade motivando para retornar a estes locais.

2 Referencial teórico

No turismo o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos está diretamente relacionado aos serviços prestados aos visitantes. Serviços são ações finais que refletem o pleno atendimento de determinações ou solicitações, são considerados bens intangíveis, ao contrário de produtos que são considerados bens tangíveis. Na gestão operacional da qualidade de serviços a produção e o consumo são simultâneos, sendo o produto parte do processo e vice-versa (PALADINI; BRIDI, 2013). Em diversas modalidades de turismo (negócios, religioso, aventura, gastronômico, esportivo, entre outras), todos compartilham de recursos básicos de infraestrutura, hospedagem e alimentação (VASCONCELOS, 2014). Conforme o autor, a combinação desses recursos na prestação dos serviços prestados no turismo pode proporcionar parcerias formais ou informais, constituindo elos de mútua cooperação.

No município de Nova Veneza tem como atrativo turístico a gastronomia, diretamente relacionada à agricultura familiar, que responde por parcela significativo a produção de uma gama variada de alimentos (SCARABELOT, 2012). Em Nova Veneza a vendas diretas do produtor ao consumidor é observado em feiras locais, vendas em domicílio, casas coloniais e rotas de turismo. Nas últimas décadas, o município conquistou o título de Capital Catarinense da Gastronomia Típica Italiana, em direção ao desenvolvimento do turismo alinhado à gastronomia e à cultura típica italiana. “As características europeias podem ser vistas na musicalidade, nos dialetos

Vêneto e Bergamasco, (falados por muitos seus habitantes), na arquitetura colonial, nas paisagens, na religiosidade, no folclore e nos grupos culturais”. (SCARABELOT, 2012, p. 24). Conforme a autora, os traços gastronômicos podem ser encontrados na produção artesanal de vinhos, açúcar, aguardente, queijos, salames, pães, biscoitos, doces, encontrados nas casas de café colonial, restaurantes que contempla a cultura italiana, que oportuniza ao município receber visitantes, especialmente nos fins de semana.

Considerado essas características socioeconômicos do município, estudo (MASTELLA; FARIAS, 2020) sugere que a Secretaria de Cultura, Esporte e Turismo – SEMCET poderia fomentar projetos nas escolas, enfatizando a importância do turismo local, mostrando a importância das localidades, das áreas rurais, a criação de Reserva Particular do Patrimônio Natural – RPPN, possibilitando gerar outras fontes de renda à população local.

Nos municípios onde o turismo está atrelado a gastronomia, os fatores que afetam os rankings dos restaurantes não são claramente conhecidos, mas está relacionado a 5 temas (BERTAN, 2020): classificação por alimentos e bebidas; ingredientes (sazonal, natural, local, fresco, produtores locais, uso e quantidade certa, ausência de aditivos, conformidade com a receita e condições de armazenamento); pessoal (equipe, inovador, explorador, experiente, adaptável, feliz, competente, conhecedor, diferente, respeitoso, tolerante, bem humorado, hospitaleiro, atencioso, confiável, educação e comunicação) ambiente (atmosfera que seja elegante, artística, estética, natural, simples, mágica, temática e autêntica) e serviço (reserva, menus de degustação, inovador, perfeito, valor). O tema que esteve no ranking de restaurantes do turismo gastronômico foi a comida e bebida, portanto o sucesso no turismo gastronômico tem como referência gastronômica, os restaurantes que valorizam comidas e bebidas, ingredientes, pessoal, ambiente e serviço apesar da importância destes negócios na promoção da gastronomia local.

Com a crise na saúde, causada pelo surto da doença COVID-19 que levou muitos países a implementar regras drásticas para impedir a propagação do vírus, o distanciamento social contribuiu para a promoção do turismo rural. Quarta Colônia (RS), também de cultura italiana, vem investindo na atividade turística para alavancar seu desenvolvimento em consonância com outras atividades produtivas (CERETTA *et al.*, 2020). O estudo apontou para a necessidade do capital social para seu processo de crescimento impulsionado pelos atores locais que de forma conjunta, com atividades recreativas, trilhas e caminhos rurais, festejos e eventos gastronômicos. A experiência desses municípios, com características comuns, evidencia a importância de um programa para o desenvolvimento sustentável para o sucesso do turismo.

Os objetivos para desenvolvimento sustentável propõem para até 2030, “conceber e implementar políticas para promover o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais” (ONU, 2015, p. ODS8.9), a fim de promover trabalho decente e crescimento econômico (ODS 8). A partir desses ODS, os indicadores de sustentabilidade integrados para o turismo (ISIT), podem conduzir a melhores decisões e ações, esclarecendo e agregando as informações disponíveis para se transformar em políticas (CERQUEIRA, 2020). O caso das Aldeias Históricas de Portugal, a partir da classificação como *Património Histórico*, tem contribuído para a consciencialização dos cidadãos (locais e visitantes) sobre a sua importância e preservação.

Trabalho realizado em Madrid também relaciona o ODS 8 da agenda de 2030 ao turismo. Em destaque: “Condições de trabalho, bem como a proteção do acesso ao trabalho para os migrantes (8.8), atividades específicas no domínio do turismo (8.9), acesso a serviços financeiros e bancários (8.10) e uma estratégia global para garantir o acesso ao emprego dos jovens (8.10.b)”. (LIESA; BARRADO, 2020, p. 26).

Por fim, ao discutir possíveis alternativas para o planejamento turístico, no pós-pandemia da Covid-19, pesquisa (IRVING; COELHO; ARRUDA, 2020) reconhece que o tema da sustentabilidade no turismo vem sendo prioritariamente abordado por políticas públicas, em conformidade com os documentos norteadores da própria Organização Mundial do Turismo (OMT). Conforme os autores (p. 99), “parece inegável que o contexto da Pandemia resultará em mudanças comportamentais significativas dos turistas, com consequências diretas em suas escolhas”.

3 Metodologia

Para este estudo científico, serão abordados na seção a seguir dois procedimentos, que auxiliarão no entendimento do estudo, são eles o procedimento de enquadramento metodológico e o procedimento utilizado para coleta e análise de dados, considerando que a pesquisa tem seu objetivo classificado como explicativo para o aprofundamento da realidade em que estes tipos de empreendimento são inseridos. O estudo caracteriza-se como uma pesquisa quantitativa, de caráter descritivo, utilizando-se o método *survey* (GIL, 2008; VASCONCELOS, 2014), adequada para analisar e mensurar a relação entre variáveis (SBISSA *et al.*, 2018).

Inicialmente foram estudadas as dimensões propostas por Vasconcelos (2014), para melhor entendimento buscou-se na bibliografia conceitos primordiais para o andamento do

estudo. Conceitos definidos, foi realizado o contato com os estabelecimentos a serem pesquisados, por meio de telefonemas, e-mails e visitas aos locais para aplicação da pesquisa. O instrumento de pesquisa proposto por Vasconcelos é composto de 46 itens de avaliação preliminar, 30 componentes e 7 dimensões teóricas de análise. A relação de estabelecimentos que oferecem seus serviços a turistas no município, foi gerada com dados disponibilizados pelo setor de tributação da prefeitura municipal, por meio do site oficial do município, que descreve em sua página o que fazer em visita a Nova Veneza.

Os sujeitos da pesquisa, serão empreendedores, donos de estabelecimentos que oferecem seus serviços aos turistas que visitam a durante todo o ano, que tenham idade superior a 18 anos e que tenham interesse em participar da pesquisa. O instrumento utilizado para coleta de dados foi o questionário compilado por Vasconcelos, onde foram analisadas as 7 dimensões do estudo que mostra as dimensões, objetivos, componentes e os itens de verificação dos componentes (Tabela 1).

A tabela 1 descreve na primeira coluna as sete dimensões de estudo propostas por Vasconcelos. Na segunda coluna, os objetivos específicos de cada dimensão. Os 30 componentes de avaliação ficaram evidenciados na coluna 3. Na quarta coluna o número de itens de verificação de cada componente, os itens de verificação são os questionamentos propriamente ditos, que foram respondidos pelos gestores entrevistados, totalizando 46 itens de verificação. Para desenvolvimento do presente estudo, foi importante a leitura do projeto proposto por Vasconcelos (2014), esta leitura norteou a pesquisa de componentes bibliográficos para a sustentação do projeto.

A leitura de diversos autores, relacionados aos temas que compõem o estudo das dimensões da qualidade de serviços turísticos, foi facilitadora para o entendimento do instrumento de pesquisa. A revisão de diversos autores foi oportuna para o entendimento da considerável e importante necessidade de estudos relacionados a prestação de serviços e a entrega de bens não tangíveis. Após as leituras iniciais foi elaborado um breve resumo para apresentação do projeto aos estabelecimentos e interessados, cartas de aceite e solicitações para obtenção de dados.

Tabela 1 - Dimensões da qualidade nos empreendimentos para os restaurantes

Dimensões	Objetivos	Componentes	Número de Itens de verificação
Orientação para o mercado	Avaliar a empresa em relação a sua colocação no mercado, objetivos e alinhamentos estratégicos.	Informações sobre o mercado	3
		Planejamento estratégico	3
		Benchmarking	2
		Comunicação com mercado	5
Gestão da qualidade	Avaliar como a organização gerencia seu sistema de qualidade, com vistas a ofertar melhores produtos e serviços.	Manual organizacional	1
		Procedimentos	3
		Prevenção de falhas	1
		Planos de contingência	1
		Melhoria contínua	1
		Fornecedores	1
		Medição e monitoramento	1
		Vendas e/ou reservas	3
		Sistema de informações gerenciais	1
Gestão de pessoas	Avaliar como a organização trabalha o recrutamento e treinamento de seus colaboradores, compreendendo que tais ações geram impacto direto nos serviços oferecidos.	Recrutamento	1
		Necessidades de treinamento	1
		Qualificação	2
		Avaliação de desempenho	1
		Comunicação interna	1
Gestão da experiência de serviços	Avaliar a capacidade da empresa em criar experiências que garantam o retorno dos clientes, como o bom atendimento e a flexibilidade.	Planejamento da experiência de serviços	3
		Análise crítica da experiência de serviços	1
		Flexibilidade	1
Divulgação do destino turístico	Avaliar os informativos relacionados à localização do destino, deslocamentos e parcerias desenvolvidas.	Informações sobre o destino turístico	4
		Parcerias no destino turístico	1
Ética e responsabilidade social	Avaliar a qualidade da relação da empresa com a sociedade a que pertence.	Código de ética	1
		Acessibilidade	1
		Programas e/ou ações socioambientais	3
		CADASTUR	1
Requisitos compulsórios	Verificar se o empreendimento possui, registros alvarás de funcionamento e inscrições em conselhos de classe.	Alvará de funcionamento	1
		Governança	1
		Requisitos legais	1

Fonte: Adaptado de Vasconcelos (2014).

O desenvolvimento da pesquisa deu-se no município de Nova Veneza, localizada no extremo sul catarinense, o município possui uma população estimada de 15.166 habitantes. Em janeiro de 1891 Miguel Nápoli, oriundo da Sicília Itália comandou aberturas de estradas, demarcações territoriais e contribuiu para a abertura de uma serraria com a finalidade de receber outros imigrantes provenientes de Veneza e Bérgamo na Itália, chegaram respectivamente 400 e 500 famílias de imigrantes (IBGE, 2019). A chegada das últimas famílias culminou com a

fundação de Nova Veneza, primeira colônia do Brasil República, modelo seguido pelo restante do país.

Nova Veneza recebeu este nome devido a origem de seus imigrantes, oriundos principalmente da região do Vêneto na Itália. Nova Veneza que pertencia ao município de Criciúma emancipou-se em 21 de junho de 1958 por intermédio da Lei Estadual Nº 348. Tem sua economia baseada na agricultura, principalmente pelo cultivo de arroz e milho. Ainda, possui tendência de ser um novo polo turístico devido o incentivo e a preservação dos conceitos históricos do município, arquitetura, dialetos, costumes, que não foram perdidos com o passar dos anos.

Nova Veneza foi considerada em 2003 a Capital Catarinense da Gastronomia Italiana, Lei estadual nº 12.789/2003, que mais tarde foi revogada pela Lei nº 16.722/2015, que alterou o texto original adicionando a titulação “típica” ao título, ficando então conhecida como Capital Catarinense da Gastronomia Típica Italiana. Coroando seu crescimento pela Lei nº 13.678 de 13 de junho de 2018, Nova Veneza recebeu o título de Capital Nacional da Gastronomia Típica Italiana. O que torna o olhar dos turistas mais criterioso aos serviços prestados. A escolha do município deu-se pelo fato do acadêmico residir no município, podendo acompanhar de forma efetiva a aplicação do instrumento.

Os estabelecimentos que ofertam produtos e serviços aos visitantes estão localizados em sua maioria na região central da cidade e foram considerados os de maior visibilidade durante o ano todo. Para evidenciar aqueles que têm maior visibilidade no atendimento aos serviços turísticos, buscou-se o site do município, onde em uma das opções relata: “o que se fazer em Nova Veneza”, os estabelecimentos ali presentes e os que estavam na listagem inicial cedida pelo setor de tributação foram selecionados para a pesquisa. Para maior confiabilidade quanto a seleção dos estabelecimentos esta lista passou pelo setor de assessoria, comunicação e imprensa do município, onde definiu-se assim a lista de empreendimentos para a aplicação da pesquisa.

A comunicação inicial com os gestores dos estabelecimentos foi feita por meio de telefonemas, mensagens, e-mails e visitas. Na primeira visita foi utilizado o resumo de apresentação para que os interessados compreendessem o que seria realizado e qual sua importância. Aos que confirmaram a participação na pesquisa, foi entregue carta de aceite para formalização.

O projeto de pesquisa foi aprovado no comitê de ética da Universidade do Extremo Sul Catarinense, e após apreciação e aprovação iniciou-se a pesquisa. As entrevistas ocorreram de acordo com agendamentos diretamente com os gestores de cada estabelecimento. Por se tratar

de um instrumento com qualidade descritiva dos quesitos de avaliação, surgiram poucas dúvidas, estas foram sanadas por meio de conversa e explicação por parte do pesquisador. Após a aplicação da pesquisa, os dados obtidos foram concentrados em planilhas, para que pudessem ser convertidos em gráficos e para posterior análise. A escolha de utilização do gráfico radar, deu-se pelo fato de que ficaria visivelmente mais claro o alcance do perfil médio dos empreendedores e qual seria a situação ideal.

Por se tratar de um instrumento extenso composto por 46 itens de avaliação, buscou-se concentrar os dados, em médias de respostas, estas médias foram concentradas em componentes de avaliação, conforme demonstrado nas figuras 2 a 7 que foram apresentadas de acordo com cada uma das 7 dimensões, levando em consideração a alocação de cada componente. Desta forma manteve-se a credibilidade do projeto, não alterando sua análise inicial. Foram apresentadas as figuras compostas por gráficos e seus itens relacionados de acordo com cada dimensão. Foi realizado análises gráficas e confronto com a bibliografia para compreensão do perfil médio dos gestores, bem como proposições de ações de melhoria.

4 Resultados e discussão

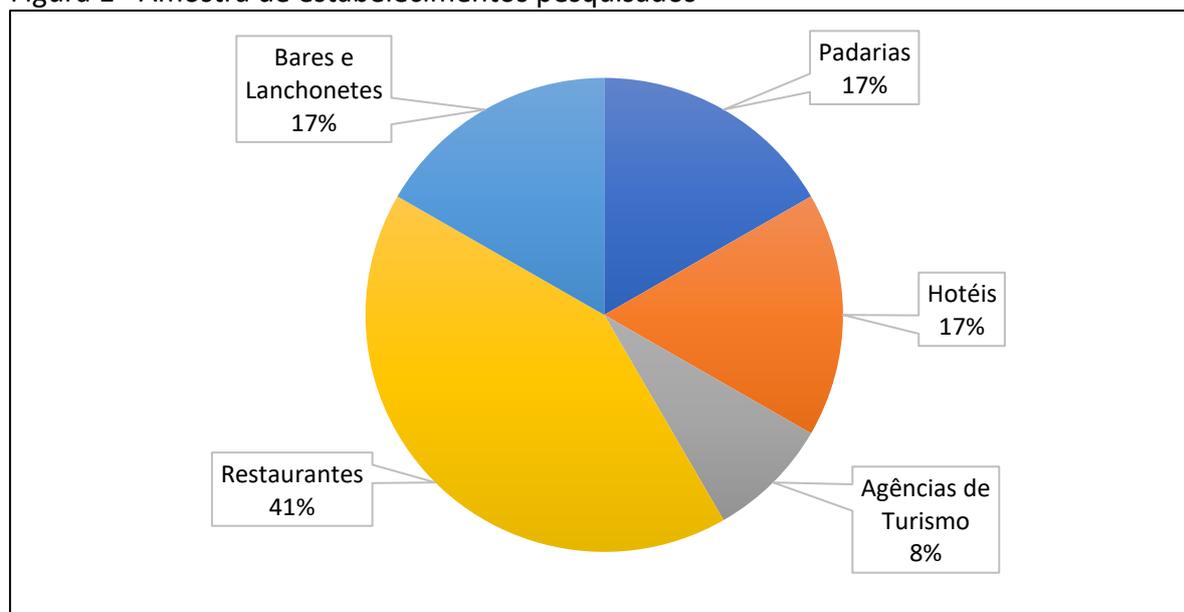
A coleta de dados para a pesquisa foi realizada em 2019 e teve abrangência em diferentes setores de turismo do município, a partir do contato com gestores de empreendimentos de serviços nos mais diversos setores, conforme mostra a figura 1 a porcentagem de estabelecimentos de cada setor turístico. Naturalmente, por ser um município considerado “Capital da Nacional da Gastronomia Típica Italiana”, os estabelecimentos classificados como restaurantes tiveram maior representatividade na amostra, visto que estão em maior número no município.

Por este motivo, optou-se por analisar os dados daqueles 41% classificados como restaurantes. Considerando que por mais que as atividades tenham o intuito de atender as solicitações de clientes, estes segmentos de empreendimento estão sujeitos às características específicas de cada setor. Quanto ao tipo de contratação realizada por gestores dos empreendimentos estudados, no período de setembro a outubro de 2019, observou-se que existem dois tipos de contratação: 97 funcionários próprios e 107 trabalhadores como Freelancers.

O número de freelancers é expressivo em relação aos funcionários contratados formalmente, conforme CLT. No momento em que há oferta de vagas, moradores do município

e arredores buscam a complementação de renda. São ofertadas vagas de quinta-feira a domingo, nos mais diversos horários e o valor da diária de trabalho varia de R\$ 80,00 à R\$ 120,00 de acordo com cada empreendimento. A contratação de freelancers auxilia os gestores a terem controle na sazonalidade. São realizadas mais contratações, na medida em que procura pelos serviços aumenta.

Figura 1 - Amostra de estabelecimentos pesquisados

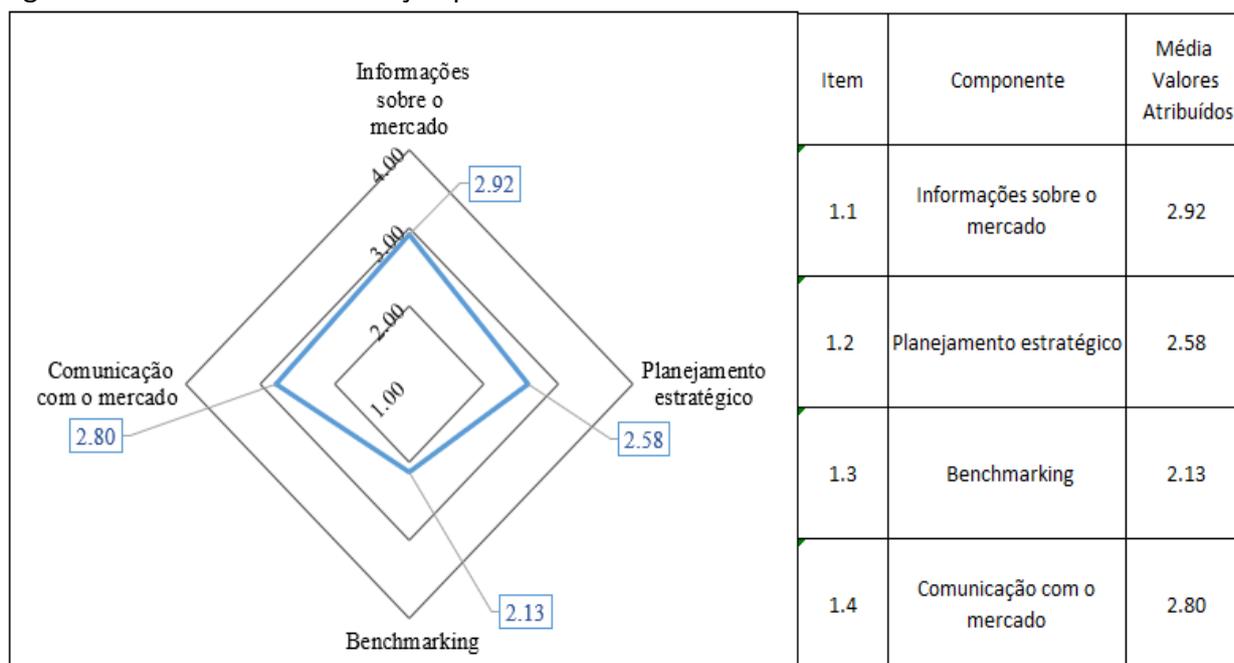


Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Os dados coletados durante a realização da pesquisa, conforme proposto por Vasconcelos (2014), foram divididos em 46 itens de avaliação, 30 componentes e 7 dimensões teóricas de análise. A média dos valores atribuídos é resultante das médias das respostas dos empreendedores locais na aplicação do instrumento.

A figura 2 mostra a primeira dimensão de estudo e orientação para o mercado. As informações sobre o mercado mostraram que os gestores sabem a importância da opinião dos clientes para o desenvolvimento dos empreendimentos, buscam coletar informações relacionadas a estes anseios, porém não de forma sistemática. As formas de monitoramento da fidelização precisam ser mais bem estruturadas para garantir maior assertividade no retorno dos clientes. O planejamento estratégico acontece em metade dos estabelecimentos, de maneira informal e os gestores acabam não comunicando a todos os envolvidos nos processos organizacionais e operacionais.

Figura 2 - Dimensão 1: Orientação para o Mercado



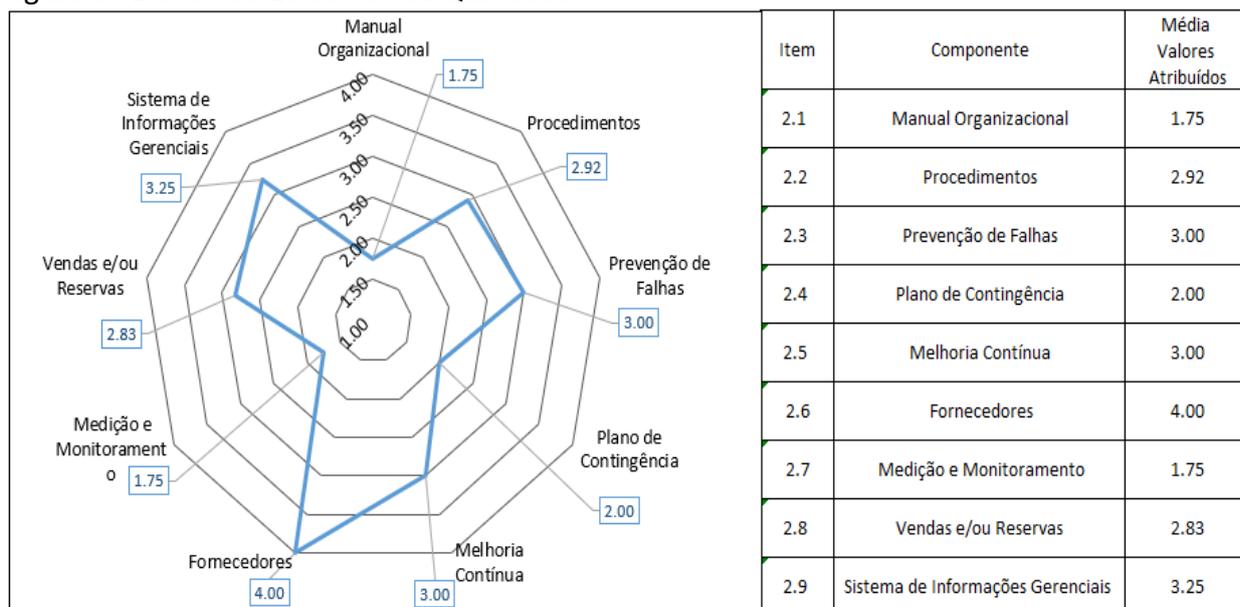
Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A avaliação das práticas da concorrência, benchmarking, obteve menor pontuação entre os componentes de avaliação da primeira dimensão. Está relacionado ao fato de os gestores estarem mais propensos a atender aquilo que julgam importante, não levando em consideração o que outros equipamentos turísticos realizam. Em raras vezes, quando ocorre a leitura das boas práticas da concorrência, acontece de maneira informal.

A comunicação com os turistas é efetiva na língua portuguesa, porém não existe preparo para o atendimento dos clientes em outros idiomas, principalmente na língua inglesa. Este atendimento ocorre em 50% dos estabelecimentos, porém não de maneira adequada. O nome fantasia dos empreendimentos é divulgado de maneira efetiva por todos os gestores, utilizam meios para comunicação remota com os clientes, mas não alinhada com a estratégia organizacional.

Na avaliação de critérios relevantes, 50% alegam que não foram definidas que alterações precisam ser informadas aos clientes. Em relação ao uso das instalações dos estabelecimentos, são oferecidas explicações na forma oral, por intermédio dos colaboradores, o que torna a interação mais personalizada. Por esse motivo não investem em gestão a vista para informações quanto a utilização das áreas comuns e individuais, bem como os métodos de funcionamento das atividades. E, na figura 3 demonstra a segunda dimensão pesquisada, composta por nove componentes de avaliação.

Figura 3 - Dimensão 2: Gestão da Qualidade



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

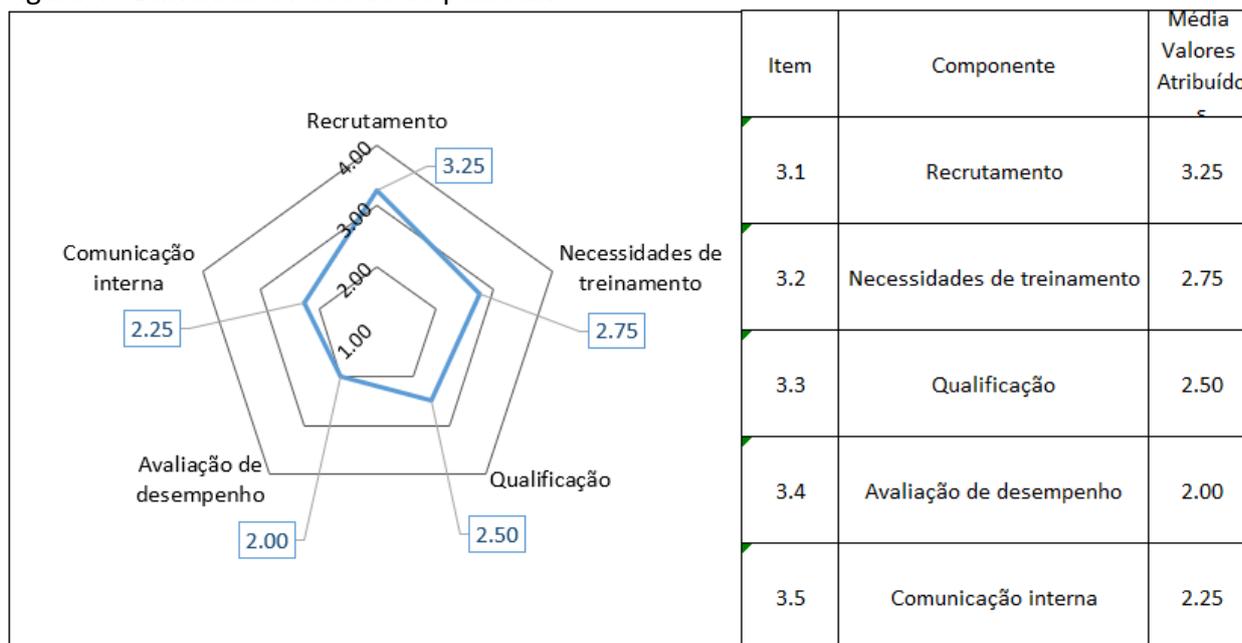
A figura 3, demonstra a dimensão com maior número de componentes, que avaliou os sistemas de gestão da qualidade dos estabelecimentos. Em todos os empreendimentos inexistem manuais organizacionais ou cartilhas para orientação do desenvolvimento de atividades, os trabalhos são passados de maneira oral sem sistemática definida, exemplificados de forma sempre na prática. Pensando na segurança dos usuários, 75% dos empresários definiram procedimentos de segurança, porém as informações não são passadas a todos os níveis operacionais, deixando a operação dependente do gestor. Em 25% dos estabelecimentos não existe programa de manutenção definido, realizam manutenção corretiva de equipamentos e ambientes. Outros 50% realizam manutenções periódicas e possuem manuais que garantem a realização destas ações periodicamente.

As rotinas e práticas para a prevenção de falhas na realização de tarefas e na prestação de serviços, acontecem em todos os estabelecimentos e são de conhecimento de todos os envolvidos no processo. Em 50% dos estabelecimentos, não existem planos de ações para a administração de situações indesejáveis, 25% dispõem de planos de contingência definidos e especificados a todos os níveis organizacionais. Todos os gestores buscam a ocorrência da melhoria contínua e 50% observaram melhoras nos últimos três meses. Ter fornecedores qualificados é importante para todos os entrevistados. Os gestores realizam controle da carta de fornecedores e avaliam sua capacidade, evitando que suas operações não sejam afetadas devido ao não atendimento destas empresas. Outro componente importante é o de medição e monitoramento, nos estabelecimentos visitados não existem indicadores que identificam o

índice de qualidade dos serviços prestados. As práticas de verificações acontecem aleatoriamente, sem sistemáticas definidas e sem alinhamento com a estratégia organizacional.

Os sistemas de vendas e reservas são eficientes e as práticas de atendimento são de conhecimento de todos os colaboradores envolvidos. Em 75% dos estabelecimentos não são aceitas moedas estrangeiras como forma de pagamento. Os preços são visíveis aos clientes e os pagamentos podem ser feitos utilizando dinheiro e cartão de débito ou crédito, não gerando uma restrição para os clientes. A importância das informações gerenciais para tomada de decisão é evidenciada pelo fato de 75% dos estabelecimentos terem sistema de informação implantado e atrelado a gestão estratégica do empreendimento, em 25% são realizadas ações apenas informalmente, que também são utilizadas para a tomada de decisão. A figura 4 demonstra os componentes da terceira dimensão de estudo, intitulada gestão de pessoas.

Figura 4 - Dimensão 3: Gestão de pessoas.

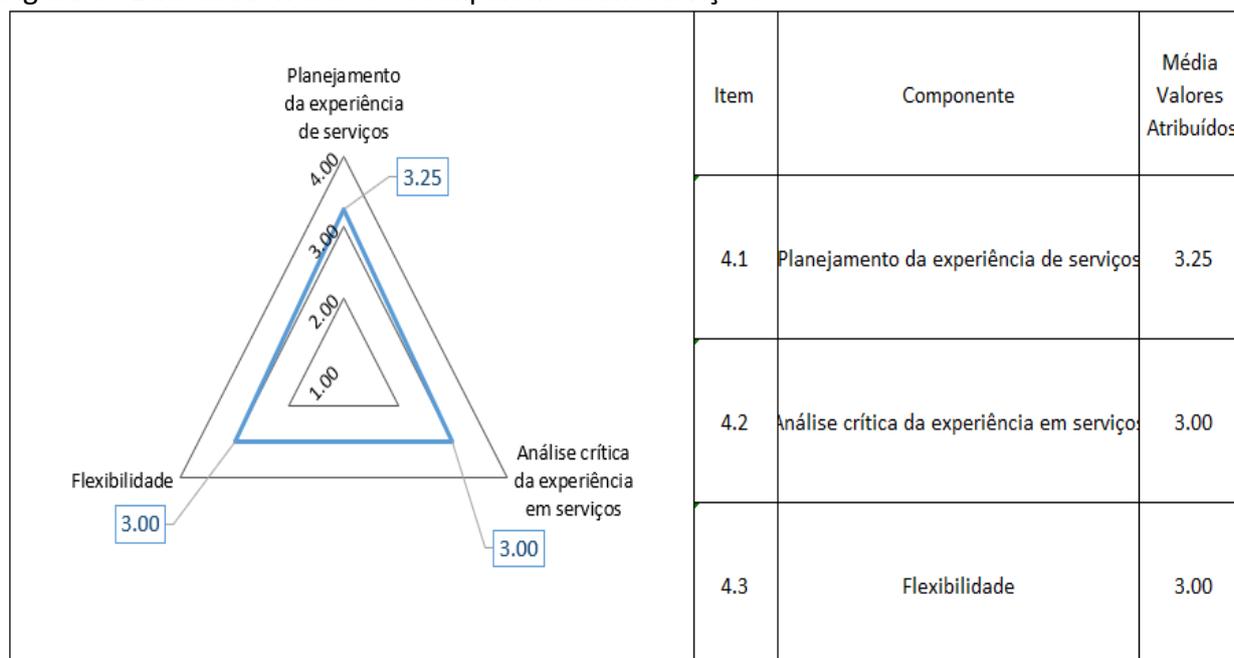


Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A figura 4, é composta por cinco componentes de avaliação relacionados à gestão de pessoas. O recrutamento e seleção dos funcionários, próprios ou freelancers, acontece de maneira estratégica. Para os gestores, os selecionados devem ter características compatíveis com as atividades que serão desenvolvidas e de acordo com a identidade do estabelecimento. A identificação da necessidade de treinamentos ocorre de maneira descontinuada e não tem periodicidade. A não realização de capacitações pode ser explicada pelo fato de as organizações contratarem número expressivo de freelancer. As capacitações são realizadas apenas por funcionários próprios.

Os registros de desempenho pessoal são mantidos em 25% dos estabelecimentos e são utilizados para melhoria de gestão. Em 50% dos empreendimentos não ocorrem ações desta natureza e em 25% apenas os resultados financeiros são avaliados como indicadores de desempenho. As práticas de comunicação entre os colaboradores ocorrem de maneira não sistemática. A figura 5 representa a dimensão que avalia a gestão da experiência em serviços.

Figura 5 - Dimensão 4: Gestão da experiência em serviços.



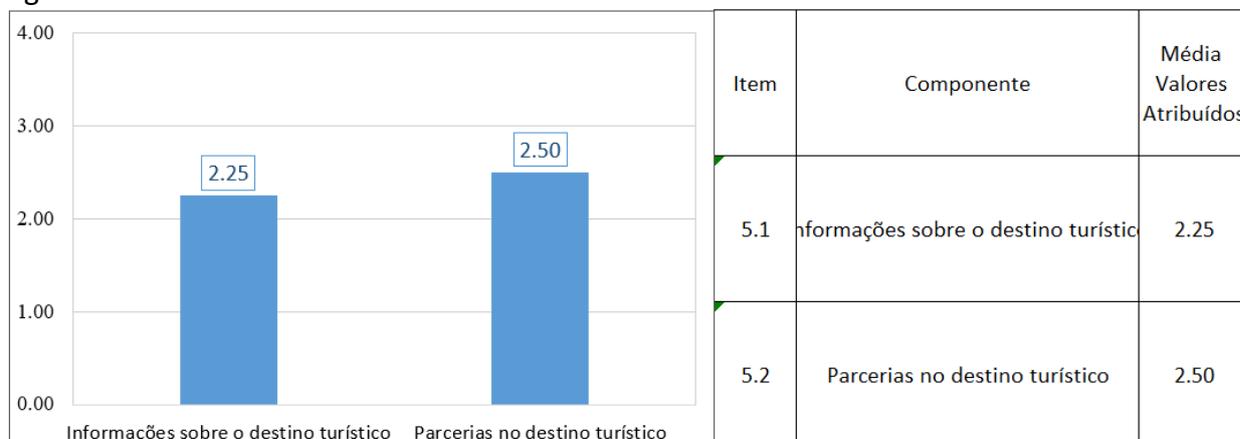
Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A figura 5 retrata a dimensão quatro dos estudos realizados por Vasconcelos. Os empresários locais oferecem experiências memoráveis aos clientes, 75% dos gestores realizam ações intencionais, buscando sempre vínculo com a estratégia de negócio. A preparação dos colaboradores para atendimento das expectativas dos clientes ocorre em todos os estabelecimentos de maneira não sistemática.

Visando o melhor atendimento possível aos turistas, os gestores buscam o uso da tecnologia para maior interatividade, porém não atrelada ao modelo de negócio. Em 25% dos entrevistados, os gestores planejam e analisam a experiência de seus serviços ofertados com períodos definidos, 25% planejam, mas não fazem avaliação posterior e 50% fazem avaliações, mas não definem o tempo para as próximas avaliações, ponderações ocorrem de forma aleatória, definida pelo gestor. Apesar da flexibilidade ser importante na fidelização dos clientes, os gestores não evidenciam o nível que a organização comporta sem perder qualidade. Quando procurados, gestores buscam atender as necessidades dos clientes analisando cada caso de

forma particular. A figura 6 é composta pela quinta dimensão de estudo, avalia as práticas de divulgação e as parcerias definidas pelos empresários locais.

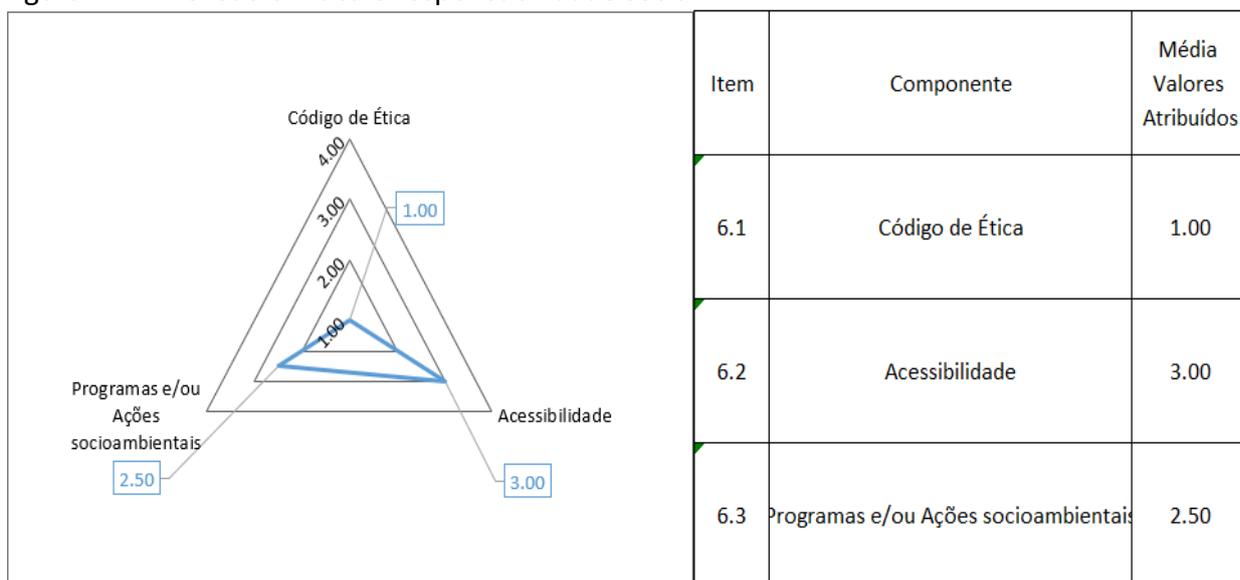
Figura 6 - Dimensão 5: Destino turístico.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Com o menor número de componentes de avaliação, a dimensão 5 é mostrada na figura 6. As informações relacionadas aos destinos turísticos, acessos e ofertas de serviços são passadas de maneira informal aos turistas e apenas quando solicitadas pelos interessados. Os empresários locais não possuem métodos definidos para o desenvolvimento de parcerias, a colaboração entre os gestores acontece de maneira informal, e na maioria das vezes as ações são de indicação de visitas a outros estabelecimentos. A sexta dimensão está evidenciada na Figura 7 e trata da ética e responsabilidade social.

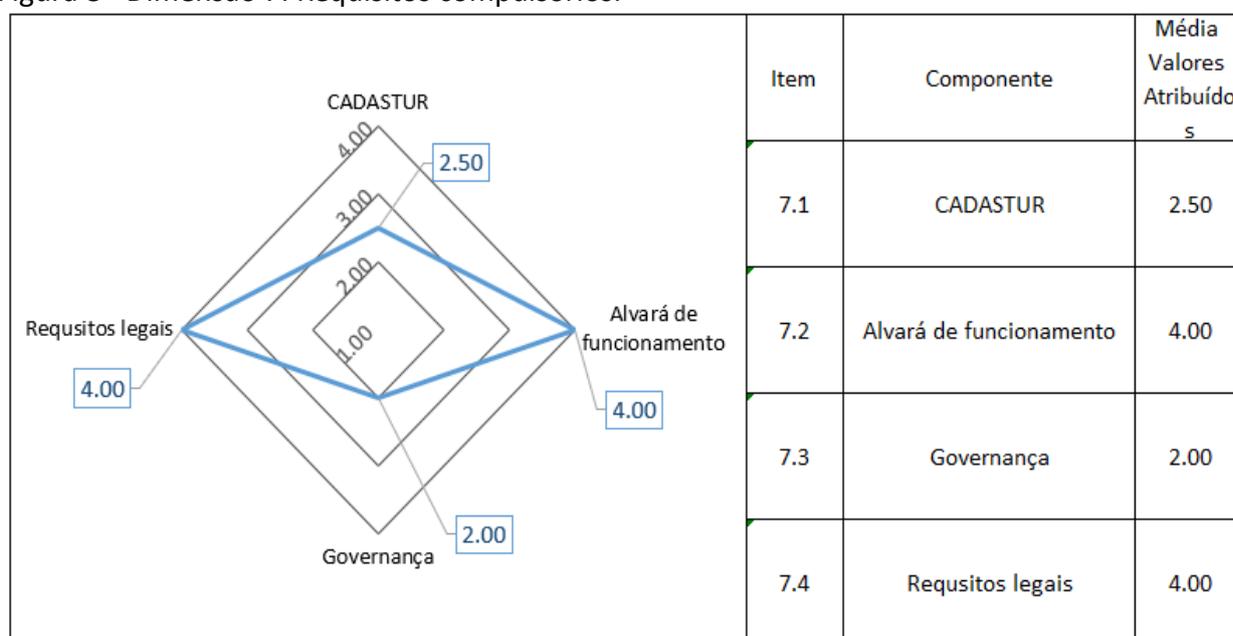
Figura 7 - Dimensão 6: Ética e responsabilidade social.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A sexta dimensão demonstrada na figura 7, evidenciou o fato da inexistência de código de ética nos estabelecimentos. Ações de adaptações dos ambientes são realizadas por todos os gestores, 50% realizam apenas as previstas em lei. Em 50% da amostra, gestores fazem além do que é determinado pela lei, trabalhando de forma que ocorra a harmonização entre o ambiente e a oferta de serviços, garantindo a satisfação dos clientes que necessitam de atendimento especial e locais com acessos facilitados. Todos os gestores realizam algum tipo de ação quanto ao uso de fontes renováveis, consumo consciente e gestão dos rejeitos resultantes das operações. Estas atividades são desenvolvidas sem sistemática definida, não são vinculadas a estratégia de negócios nem comunicadas aos clientes. A figura 8 representa a última dimensão proposta por Vasconcelos, é composta por quatro componentes de avaliação.

Figura 8 - Dimensão 7: Requisitos compulsórios.



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Na última dimensão, foram evidenciados o atendimento aos requisitos legais. Todos os gestores entrevistados, têm conhecimento do CADASTUR (BRASIL, [s. d.]), que é o sistema oficial de cadastro dos empreendimentos, equipamentos e profissionais que atuam com turismo no Brasil. Apenas 50% são integrantes do sistema, a outra metade está buscando a inserção na plataforma. Todos possuem alvarás sanitários, e documentações necessárias para o exercício de suas atividades. Apenas 25% dos gestores participaram de reuniões e vincularam seus estabelecimentos a entidades de representativas ou associações.

A tabela 2 foi criada para evidenciar as deficiências encontradas em cada dimensão. Demonstra as dimensões de estudo e os componentes de avaliação que obtiveram menor

pontuação dentro de cada análise. Ao lado está descrita a atual situação dos estabelecimentos. Após análise do cenário e confronto com a bibliografia, foram sugeridas possíveis ações de melhorias.

Tabela 2 - Dimensões, componentes de avaliação, situação atual e sugestões.

Dimensão	Componente de avaliação	Situação atual	Sugestão
Orientação para o mercado	<i>Benchmarking</i>	Análise da concorrência não definida.	Criar metodologias para monitoramento das práticas da concorrência.
Gestão da qualidade	Manual organizacional	Inexistência de manuais organizacionais	Criação de manuais e procedimentos padronizados.
	Medição e monitoramento	Inexistência de sistemas de monitoramento.	Criação de indicadores de desempenho da qualidade.
Gestão de pessoas	Avaliação e desempenho	Inexistência de avaliadores do desempenho pessoal.	Criação de sistemas de avaliação e estratégias para incentivos.
Gestão da experiência de serviços	Análise crítica da experiência em serviços	Falta de análise das ações planejadas.	Realização da análise dos atendimentos das ações planejadas.
	Flexibilidade	Nível de flexibilidade indefinido.	Definição dos níveis de flexibilização que a organização comporta sem perder a qualidade na oferta dos serviços.
Divulgação do destino turístico	Informações sobre o destino turístico	Falta de sistemas de informação quanto a oferta de serviços.	Criação de métodos de divulgação de todos os possíveis roteiros no município.
	Parcerias no destino turístico	Falta de parcerias definidas.	Criação de sistemas de parceria entre os estabelecimentos, reunindo todos os setores e formulando pacotes.
Ética e responsabilidade social	Código de ética	Inexistência de código de ética.	Criação de cartilha com os preceitos éticos para conduta.
Requisitos compulsórios	Governança	Não há associação a entidades representativas.	Buscar entidades de representação para fortalecimento do setor.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

A tabela 2 pode ser utilizada por gestores para avaliar as prioridades no enfrentamento das deficiências encontradas no decorrer da pesquisa. Nova Veneza, demonstra forte potencialidade no desenvolvimento turístico. Seu crescimento foi evidenciado por meio das titulações recebidas com o passar dos anos e com a criação de equipamentos gastronômicos que foram fundados e se mantêm no mercado desde então. Compreender os fatores relevantes ao crescimento com qualidade é fator determinante para a continuidade deste progresso.

Considerações finais

Ao término deste estudo, pode-se verificar o atendimento às dimensões da qualidade dos serviços turísticos prestados no município de Nova Veneza/SC. Após o entendimento das sete dimensões, componentes e itens teóricos propostos por Vasconcelos (2014) bem como a compreensão das variáveis relacionadas à prestação de serviços turísticos, pode-se definir o perfil médio dos empreendedores locais e verificar como estes atuam de forma sistêmica a fim de garantir o sucesso de seu empreendimento. Ficou evidenciado que a prestação de serviços é ponto a ser estudado para melhor atendimento daqueles que procuram esta oferta. No decorrer deste projeto, pode-se perceber o engajamento dos empreendedores para a entrega de serviços de qualidade e suas ações evidenciam a busca pela melhoria contínua.

Por fim, caracterizou-se possíveis pesquisas futuras que influenciam na prestação de serviços. Como a contratação de Freelancers e a sua interferência na qualidade dos serviços prestados. A criação de manuais organizacionais e procedimentos padronizados, sistemas eficientes para a gestão da qualidade e gestão de pessoas. As análises gerais que constam neste estudo, referem-se apenas a estabelecimentos caracterizados com restaurantes, criando oportunidades de pesquisas para os demais setores da prestação de serviços e a aplicação em outras cidades com características turísticas, para a comparação de resultados obtidos.

Referências

BAŞARAN, Burhan. Perceptions, Attitudes and Behaviours of Consumers Towards Traditional Foods and Gastronomy Tourism: The Case of Rize. **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, [s. l.], v. 8, n. 3, p. 1752–1769, 2020. Disponível em: http://www.jotags.org/2020/vol8_issue3_article9.pdf.

BERTAN, Serkan. Restaurant rankings factors in gastronomy tourism. **Tourism**, [s. l.], v. 68, n. 1, p. 34–42, 2020. Disponível em: <https://hrcak.srce.hr/236227>.

BRASIL. **Cadastur - como fazer turismo legal**. [S. l.: s. n.], [s. d.]. Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/capa/entrar%23capalnicio>.

CERETTA, Caroline Ciliane *et al.* Perspectivas territoriais de desenvolvimento a partir do Turismo Rural: o caso do território Quarta Colônia/RS, Brasil. **Redes**, [s. l.], v. 25, p. 2343–2360, 2020. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/14544>.

CERQUEIRA, Isabel Janeiro Marques. **Turismo Consciente: a sua dimensão nas Aldeias Históricas de Portugal**. 2020. - Politécnico do Porto, [s. l.], 2020. Disponível em: https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/16702/1/DM_IsabelCerqueira_2020.pdf. Acesso em: 4 abr. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa** Gil, A. C. (2008). **Como Elaborar**

Projetos de Pesquisa (E. A. S.A. (org.); 4a). Atlas. 4ªed. São Paulo: Atlas, 2008.

IBGE. **História de NOVA VENEZA - SC.** [S. l.], 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/nova-veneza/historico>. Acesso em: 25 abr. 2021.

IRVING, Marta De Azevedo; COELHO, André Meyer; ARRUDA, Thaianie Oliveira. Turismos, sustentabilidades e pandemias: incertezas e caminhos possíveis para planejamento turístico no horizonte da Agenda 2030. **Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo** [s. l.], v. 14, n. 4, p. 73–105, 2020. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/article/view/6661>.

LIESA, Carlos R. FERNÁNDEZ; BARRADO, CASTOR M. DÍAZ. **ODS 8. 5 EL TRABAJO DECENTE Y LAS APORTACIONES DE LA COMUNIDAD INTERNACIONAL.** Institutoed. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid, 2020. *E-book*. Disponível em: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/30340/monografias_12_IFV_2020.pdf?sequence=1. Acesso em: 21 out. 2022.

MANFIO, Vanessa. Quarta Colônia - RS: os diálogos entre cultura, gastronomia e turismo. **Ágora**, [s. l.], v. 23, n. 1, p. 85–98, 2021. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/agora/article/view/15909>.

MASTELLA, André Fabiano; FARIAS, Jean Lucas De. Espacialização dos atrativos turísticos do portal de turismo de Nova Veneza, Santa Catarina: Um ensaio. **Tecnologia e Ambiente**, [s. l.], v. 26, p. 18, 2020. Disponível em: <http://periodicos.unesc.net/tecnoambiente/article/view/6312>.

NETO, Alcyr Alves Viana; PEREIRA, Rafael Bruno. Expedição virtual gastronômica: Possibilidades neste período de pandemia. **Ágora**, [s. l.], v. 23, n. 1, p. 171–187, 2021. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/agora/article/view/15959>.

ONU. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.** [S. l.], 2015. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/ods7/>. Acesso em: 5 jul. 2020.

PAIXÃO, Wilma; CORDEIRO, Itamar; KÖRÖSSY, Nathália. Efeitos da pandemia do COVID-19 sobre o turismo em Fernando de Noronha ao longo do primeiro semestre de 2020. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [s. l.], v. 15, n. 1, p. 2128, 2021. Disponível em: <https://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/2128>.

PALADINI, Edson Pacheco; BRIDI, Eduardo. **Gestão e Avaliação da Qualidade em Serviços para Organizações Competitivas.** São Paulo: Atlas, 2013.

SANTOS, Rodrigo José dos; HEREDIA, Vania Beatriz Merlotti. Turismo em Nova Petrópolis: perspectivas de desenvolvimento do turismo cultural. **COLÓQUIO - Revista do Desenvolvimento Regional**, [s. l.], v. 18, n. 1, p. 95–111, 2020. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/coloquio/article/view/1893>.

SBISSA, Amanda Paterno *et al.* Relacionamento entre capacidade absorptiva e orientação empreendedora: um estudo nos hotéis de Florianópolis (SC). **Turismo, Visão e Ação**, [s. l.], v. 20, n. 2, p. 311, 2018. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/13165>.

SCARABELOT, Maristela. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local - Um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC. **Revista Faz Ciência**, [s. l.], v. 14, n. 19, p. 101, 2012.

VANDERLEI, Dayana M. S. *et al.* O Turismo Rural nas Perspectivas de Desenvolvimento dos Assentamentos de Araraquara. *In:* , 2020, São Cristóvão, Sergipe. **XI Congresso Brasileiro de Agroecologia.** São Cristóvão, Sergipe: Cadernos de Agroecologia, 2020. Disponível em:

<https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/5470/3235>. Acesso em: 10 fev. 2022.

VASCONCELOS, Alexandre Meira de. **Dimensões, componentes e itens de avaliação da gestão da qualidade em serviços turísticos**. 2014. [s. l.], 2014. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/132603>. Acesso em: 20 out. 2022.