

Um estudo das novas tecnologias a serviço da hotelaria de Fortaleza-CE.

The application of the new tecnologys towars the Fortaleza Hotels Industry

Maria Ivete Almeida Holanda¹
Gildarley Sena do Nascimento²

Resumo

A hotelaria contemporânea tem se aliado cada vez mais à tecnologia a fim de buscar o diferencial competitivo e agregar valor ao seu produto. A adoção maior de novas tecnologias aplicadas ao sistema de automatização dos serviços nos diversos espaços gerou um conceito de hotel inteligente. A pesquisa apresenta um estudo sobre as novas tecnologias a serviço da hotelaria de Fortaleza. Traçou-se como objetivo geral investigar a absorção das novas tecnologias pelo mercado hoteleiro e as formas de disponibilização para os clientes. Metodologicamente, a pesquisa se classifica como exploratória, descritiva e de natureza quanti-qualitativa. Realizou-se um levantamento bibliográfico e um estudo de campo com uso de um questionário composto por 23 perguntas do tipo fechadas e abertas, aplicadas aos responsáveis pelos setores da recepção, controladoria e dos recursos humanos. A amostra foi composta por 28 hotéis de Fortaleza. Os resultados sinalizam que a maior parte dos hotéis de Fortaleza adota de forma significativa as modernas tecnologias nos mais variados setores. Essa estratégia está produzindo benefícios tais como comunicação entre setores, agilidade e eficiência no atendimento, comodidade e facilidade para os hóspedes e praticidade nas tarefas operacionais. Concluiu-se, ainda, que os hoteleiros percebem os benefícios e consideram que esses instrumentos permitem maior eficiência operacional e estratégica.

Palavras-chave: Automação. Tecnologia. Inteligente. Gestão Hotelaria.

1 Mestre. Universidade de Fortaleza-UNIFOR. Endereço residencial: Fonseca Lobo 1355, apto 802 Bloco C. Fortaleza-Ceará. Email. mariaivete@unifor.br 99816770

2 Estudante Bolsista PROBIC. Universidade de Fortaleza- UNIFOR. Rua Marvin 96. Parque Manibura. Fortaleza Ceará. Email. Gildarley@hotmail.com 96233031

Abstract

The modern technologies have become an allied of the hotel management business on the search for added values and competitiveness in the market place. The so called concept of intelligent hotel is the result of the various areas of automation using modern technology. This research presents a study of the new technologies at the service of the hotel management in Fortaleza with the goal of investigating the amount of integration of these technologies in the hotel management business at the services of their customers. This research can be qualified as explorative, quaint-qualitative in its nature and descriptive. A bibliographic research and a personalized questionnaire have been used with a total of 23 questions applied to the responsible operators for the various sectors such as the human resources, receptionists and quality control responsibly. The study concentrated on 28 hotels in Fortaleza and indicates that the majority of the local hotels have significantly adopted the modern technologies on the various sectors which strategy has produced benefits in efficient communication among the various sectors such as guests service, comfort and practicality for the various operation sectors. Finally it was clear that the hotel operators consider that these benefits are a direct result of this strategic operational efficiency through the adoption of the modern technologies.

Keywords: *Automation. Technology. Artificial-Intelligence. Hotel Management.*

1 Introdução

A pesquisa aborda a interação entre duas grandes indústrias: a hoteleira e a tecnológica. Trata da automação tecnológica nos meios de hospedagem, transformando-os em hotéis inteligentes, oferecendo toda gama de comodidade aos hóspedes e vantagens aos hoteleiros, em virtude do uso desses recursos modernos.

Traçou-se como objetivo geral investigar a absorção das novas tecnologias pelo mercado hoteleiro e as formas de disponibilização para os clientes. Definiram-se os seguintes objetivos específicos: (1) mostrar as múltiplas possibilidades de uso dessas tendências na instalação hoteleira como referenciais de conforto, custo-benefício e eficiência operacional; (2) descobrir os setores das empresas hoteleiras que mais se utilizam das ferramentas tecnológicas; (3) verificar o nível de automatização desses estabelecimentos de hospedagens e; (4)

identificar os benefícios para as empresas hoteleiras e as facilidades para os hóspedes, resultantes do uso das novas tecnologias.

A moderna hotelaria muito se diferencia da artesanal, praticada pelos pioneiros do setor hoteleiro. A oferta de serviços de acomodação era uma atividade sem fins comerciais e utilizada, em sua maior parte, por viajantes que desejavam apenas pernoitar nas instalações. Pereira e Coutinho (*on-line*) ressaltam que somente com a expansão do capitalismo é que passou a ser explorada como atividade econômica e estritamente comercial. O progressivo fluxo de viagens e o crescimento econômico aumentaram a oferta e a melhoria dos serviços hoteleiros.

O propósito do hotel, nos primórdios, era oferecer um lugar só de passagem para os viajantes, no entanto, à medida que se incrementavam as transações comerciais, o deslocamento espacial e, conseqüentemente, uma maior permanência dos hóspedes nos equipamentos, crescia a oferta de serviços de acomodação e os hoteleiros entenderam a exigência de agregar valores aos serviços e foram modificando o conceito de receber.

Os investimentos nos hotéis se fizeram necessários, como uma forma de promover melhorias, bem como conquistar um número maior de clientes. Dentre os investimentos, cita-se o emprego da tecnologia. A incorporação dos recursos tecnológicos como mecanismo de facilitação e agilização de processos hoteleiros é recente, sobretudo porque a tecnologia é um recurso da era moderna.

Um sistema tecnológico automatizado permite o hóspede interagir com os serviços hoteleiros através de interfaces inteligentes. Os usuários já denominam os equipamentos inteligentes de “hotéis do futuro”. Embora já seja uma realidade e uma prática de muitos estabelecimentos, nem sempre os equipamentos utilizaram a tecnologia a seu favor.

Nesse cenário moderno, percebe-se uma pluralidade de tipos de hotéis direcionando suas estratégias para atender aos segmentos de mercado. Assim, a hotelaria se apresenta de diversas formas: dos hotéis econômicos aos de alto padrão, dos hotéis de lazer aos executivos,

dos urbanos aos rurais, dos hotéis de saúde aos hospitais de luxo e, finalmente, dos albergues aos hotéis inteligentes. Quanto ao segmento econômico, nos hotéis simples, o maior fator de diferenciação é o preço; em contrapartida, para aqueles cujo foco é a classe com maior poder aquisitivo, o fator é o emprego da tecnologia.

Tornar a estada uma experiência cada vez mais inesquecível tem sido um objetivo perseguido pelos hoteleiros. Os investimentos tecnológicos vêm se tornando um recurso cada vez mais empregado na tentativa de surpreender o hóspede. Segundo a pesquisa de Phillips & Moutinho (1998), “o recurso das novas tecnologias da informação é um dos fatores críticos de sucesso dentro da indústria hoteleira”; e complementa: “o turismo e a hotelaria dependem cada vez mais da tecnologia da informação”.

Para exemplificar, temos a pesquisa “Panorama e impactos decorrentes da utilização da internet na hotelaria: um estudo de múltiplos casos em hotéis de Natal, no estado do Rio Grande do Norte”, desenvolvida pelos pesquisadores Ramos e Mendes Filho (*online*). O estudo mostrou que o mercado hoteleiro local está integrando internet como ferramenta de gerenciamento dos negócios. A maioria dos equipamentos hoteleiros possui *homepage*, porém, os hotéis de pequeno porte estão tendo dificuldades em se adequar às modernas ferramentas, que, além de darem visibilidade ao negócio, facilitam os processos. Ressaltou, ainda, que o nível de utilização das tecnologias pode ser classificado em três estágios: inicial, intermediário e avançado; concluindo que os hotéis locais ainda estão em um estágio inicial na era do mundo digital.

Outro exemplo de automação é no ramo de alimentação. Alguns restaurantes já fazem uso de *tablets* no lugar de cardápios comuns. São tecnologias que interagem à mesa e essa modernização do serviço de atendimento permite ao cliente maior agilidade do serviço. O cardápio eletrônico introduz um contemporâneo conceito de atender, facilitando a interatividade entre os setores do restaurante com a cozinha. Esse serviço é chamado de atendimento digital.

A automação tecnológica nos hotéis não se resume ao uso da internet. A crescente especialização, a necessidade de diferenciação e a complexidade das operações justificam a adoção de métodos sofisticados e mais eficientes, pois trazem vantagens para todos os envolvidos, sejam hoteleiros, colaboradores ou hóspedes. De acordo com a reportagem “Mais modernos e mais inteligentes” (*on-line*), a automação resulta em menores custos para os hoteleiros, agilização e eficiência no processo de atendimento da equipe administrativa, torna o *staff* mais livre de atividades burocráticas e traz conforto e comodidade aos clientes.

O emprego da automação na hotelaria, segundo Nacif (2011:42), ficou mais evidente nos hotéis econômicos americanos na década de 1990, e o intuito era proporcionar maior conforto, segurança e aumentar o grau de personalização dos serviços. O autor complementa que “as inovações tecnológicas vem sendo cada vez mais utilizadas como diferencial competitivo na busca da fidelização dos clientes... não é mais uma questão de evolução, mas de sobrevivência no mercado”

A automação vem se impondo e se manifesta de diversas formas. Os hotéis denominados inteligentes empregam os recursos tecnológicos em diversos setores e justificam a necessidade devido às seguintes razões: o público está viciado em apetrechos tecnológicos e na facilidade proporcionada por esses mecanismos, e os executivos atribuem muita importância à tecnologia. De acordo com o gerente de *marketing* corporativo da rede Intercity, Marcelo Marinho (*on-line*), “os hotéis inteligentes são aqueles que se antecipam às necessidades dos hóspedes, gerando valor efetivo ao público”.

Para alguns empreendimentos, a tecnologia não pode ser dispensada. Eis alguns exemplos de hotéis que se encaixam na tipologia de hotéis inteligentes:

- A Rede Intercity possui um portal e funciona como um canal para agentes de viagens que permite, em tempo real, conhecer as tarifas promocionais e ter uma maior integração. Disponibiliza um cartão inteligente aceito nas unidades da rede e no *trade* turístico para o faturamento das despesas.

- O hotel Penthouse Cloud 9, em Boston, tem identificação de segurança através da íris para entrar nas unidades habitacionais.
- O hotel Ária Resort and Cassino, em Las Vegas, é um dos que mais se destacam na automação. Todos os quartos têm ligação de fibra óptica, com velocidades altas no acesso à internet. O cartão RFID detecta quando o hóspede está perto do seu quarto e destranca a porta. Todos os quartos têm um *hub media* para carregar o *iPod Touch* ou o *iPhone*.

Além desses exemplos, citam-se outros serviços disponíveis em hotéis: banheiro informatizado que controla a temperatura do espaço, da água e dos demais aparelhos; *biofinger home*, que faz a leitura da digital do hóspede e libera serviços e espaços privativos, dentre outros.

A tendência à automação pode também ser percebida quando os hotéis possuem, em suas estruturas, elevadores inteligentes, ar-condicionado central, sistema de telefonia de última geração, programação do serviço de despertar, sensores de presença, cartões magnéticos, controle de painéis que podem acionar toda a parte elétrica do ambiente do quarto, sistema de videoconferência, *check in* e *check out* automatizados, banda larga gratuita e *wi-fi* nas áreas comuns.

Para Mendes Filho e Ramos (*on-line*), o uso de sofisticados *software* tem sido o principal componente nas operações hoteleiras, e a tecnologia, uma arma estratégica de competitividade, pois possibilita eficientes ganhos, tais como aumento nas vendas, serviços com mais qualidade, integração dos setores no hotel e rapidez nas comunicações.

Os avanços e os custos mais acessíveis dos recursos tecnológicos são notórios e isso pode facilitar o emprego cada vez mais recorrente de sofisticados *software*. Dentre as ferramentas mais simples empregadas nos pequenos hotéis, cita-se a internet, pois é via *web* que o hoteleiro divulga seu produto e o cliente obtém informações sobre tarifas, localização, serviços; e pela *homepage*, efetua as transações e os contratos de hospedagem. Isso significa acessibilidade e, sobretudo, *marketing* do hotel no ambiente virtual do comércio eletrônico.

Baseado nessa realidade de que, na atualidade, a tecnologia vem sendo considerada uma necessidade para o ser humano, e no fato de que muitas empresas adotam-na como fator estratégico de competitividade, considerou-se relevante desenvolver este estudo na hotelaria de Fortaleza.

O tema desta pesquisa científica é as novas tecnologias a serviço da hotelaria cearense. As questões que nos levam a fazer a investigação são as seguintes: como os hotéis cearenses estão absorvendo os recursos tecnológicos? Quais as vantagens da automação para as empresas hoteleiras e as facilidades geradas por esses mecanismos para os hóspedes? Em que nível de automação podem ser classificados os hotéis cearenses?

Segundo as pesquisas e os trabalhos técnicos efetuados na hotelaria de uma forma geral, considera-se a hipótese de que os grandes hotéis independentes e as redes hoteleiras se comportam diferente dos pequenos hotéis no quesito automação. As pequenas e médias hotelarias ainda fazem pouco uso das novidades, por ser considerado um investimento financeiro muito alto, pela dificuldade na mão de obra e falta de compreensão do uso eficiente dos recursos tecnológicos.

2 Metodologia

Inicialmente, foi feito um levantamento e uma seleção bibliográfica de livros, revistas e demais fontes que abordam os temas hotelaria e automação, buscando traçar brevemente a história evolutiva dos hotéis, focando as iniciativas dos hoteleiros na adoção dos mecanismos tecnológicos.

Dando continuidade à pesquisa teórica, foi feita uma investigação nos *sites* dos hotéis internacionais e nacionais de categoria luxo para identificar as mais modernas práticas tecnológicas. Buscou-se identificar as formais mais simples e os mais sofisticados recursos tecnológicos empregados nos hotéis, entendendo e definindo, a partir daí, o significado de hotel inteligente. Essa etapa da pesquisa é classificada quanto ao conteúdo como teórica ou pura.

A pesquisa se classifica quanto à finalidade como descritiva e exploratória, apoiada em três razões: a necessidade de descrever o fenômeno da automação na hotelaria, as vantagens da adoção desses recursos como diferencial competitivo, e a praticidade e comodidade na visão dos hóspedes.

O fator de inclusão para participar da amostra da pesquisa obedeceu aos seguintes requisitos: hotéis cearenses cadastrados na lista da Secretaria de Turismo (SETUR-CE), membros da Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH), hotéis de médio e grande porte, com estrutura de propriedade independente e classificados na categoria superior.

Com o objetivo de verificar as prováveis diferenças de comportamento no uso dos recursos, adotou-se a estratégia de estratificação por segmento de lazer e executivo, dada a pluralidade de tipologias de hotéis. Para obter o número oficial da oferta hoteleira de Fortaleza, acessou-se a pesquisa “Indicadores turísticos: 1995/2011” (*on-line*). A oferta hoteleira de Fortaleza é composta por 199 meios de hospedagens com um total de 10.585 unidades habitacionais.

Somado a esses critérios, selecionaram-se aqueles que possuíam certificações ou selos de qualidade, porque assim se acredita que os hotéis participantes da pesquisa são equipamentos de qualidade reconhecida no mercado. Essas condições para compor a amostra definem esse trabalho como não probabilístico.

Depois de catalogados os hotéis, passou-se para a segunda etapa da pesquisa. Identificados os estabelecimentos e seus respectivos gerentes, foi encaminhada uma carta convite, via correio eletrônico, direcionada ao gerente geral, com cópia para o setor de reservas, solicitando a colaboração na pesquisa científica. O critério de escolha dos gerentes para a entrevista se apoiou no fato destes ocuparem um nível estratégico na hierarquia da empresa, possuírem poder deliberativo e terem mais informações sobre o estabelecimento. As razões do envio da carta convite para o setor de reserva se apoiaram

em duas justificativas: em geral, ele centraliza todas as correspondências e é o endereço eletrônico que está sempre disponível.

No conteúdo da carta convite, explica-se a natureza, os objetivos, a seriedade no sigilo da pesquisa e a autonomia do participante na decisão de colaborar ou não com o estudo. Outra forma de envio da carta convite foi através do *link* “fale conosco” na *homepage*.

A dificuldade do retorno às solicitações de colaboração com a pesquisa exigiu um maior esforço dos pesquisadores. Decidiu-se prorrogar a etapa da coleta de dados prevista no cronograma. Como esse método não surtiu resultado, partiu-se para outra tentativa: utilizou-se o canal telefônico para entrar em contato com os respectivos profissionais para autorizarem a aplicação dos questionários.

A princípio, definiu-se que a abordagem com os gerentes aconteceria da seguinte forma: contactava-se e agendava com eles a data, o horário e o local mais adequado, respeitando os limites de suas agendas de trabalho. A dificuldade de contato com o nível estratégico obrigou os pesquisadores a adotarem novamente outra estratégia. Eles se deslocaram para os hotéis catalogados previamente e, *in loco*, solicitaram a aplicação dos questionários. Os questionários foram aplicados a funcionários dos setores de recepção, recursos humanos e controladoria.

O estudo foi realizado em 28 hotéis de médio e grande porte de Fortaleza, em abril de 2012. Vale ressaltar que, do total da amostra, apenas um hotel respondeu por *e-mail* e este solicitou que a pesquisa fosse disponibilizada, pois a gerência tem interesse em conhecer a realidade ou o nível de automação do mercado hoteleiro cearense.

Para levantar os dados, elaborou-se um questionário caracterizado como semiestruturado, composto de 23 perguntas, sendo uma aberta e duas com opção de apresentar a justificativa da resposta. O questionário está dividido em duas partes: a primeira, com dez perguntas orientadas para caracterizar o perfil do hotel; a segunda, com 13 perguntas, cujo interesse é descobrir o uso de tecnologias no equipamento.

Em respeito às normas regulamentadoras de pesquisa com seres humanos, optou-se por fazer uso de questionário anônimo, preservando, assim, a identidade dos entrevistados. Dessa forma, não será mencionada a razão social, o nome fantasia ou a marca dos estabelecimentos. Respeitando as diretrizes da Resolução 196/96 na ocasião da aplicação do questionário, o pesquisador prestou os seguintes esclarecimentos ao pesquisado: o preenchimento do formulário é voluntário e o participante tem total autonomia no fornecimento das informações; a pesquisa é conduzida em total anonimato e nenhum nome será revelado; é preservado o direito de desistência a qualquer momento sem nenhuma penalidade; e, finalmente, apresentou os objetivos e as contribuições da pesquisa para o mercado, para a academia e para os discentes.

Comunicou, ainda, que o projeto de pesquisa foi submetido ao Conselho de Ética da Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e foi aprovado sob o parecer número 256-11, no ano de 2011.

3 Análise e interpretação dos resultados.

Os resultados da pesquisa são apresentados sem identificar os hotéis participantes, pois o objetivo é verificar o nível de automação e os resultados oriundos da adoção das novas tecnologias no equipamento hoteleiro.

3.1 Caracterização das unidades habitacionais

O perfil dos empreendimentos pesquisados pode ser caracterizado da seguinte forma: a amostra composta de hotéis classificados como executivos foi mais representativa. Do total de 28 hotéis pesquisados, 13 se classificam como de negócios, 10 como de lazer e negócios e 5 como exclusivamente de lazer. Dado o fato de os respondentes terem assinalado simultaneamente as opções “lazer” e “negócios”, isso permite afirmar que esses hotéis atendem a ambos os públicos, embora a motivação da viagem e as necessidades serem distintas.

Os hotéis com estrutura física verticalizada são maioria quase absoluta, o que não causa surpresa para os pesquisadores, tendo em vista que a oferta hoteleira está concentrada no eixo turístico – geograficamente, o espaço mais caro e cobiçado pelo mercado imobiliário. Destes, 18 hotéis tem mais de 10 andares. Do total, 20 hotéis têm mais de 100 unidades habitacionais, o que os classificam como hotéis de grande porte. O nível de automação nas unidades habitacionais é apresentado no Quadro 1.

Caracterização das Unidades habitacionais			
	Frequência	Porcentagem	Percentual acumulado
Ar-Condicionado do tipo janela	8	5,80%	28,60%
Ar do tipo Split	21	15,1%	75,00%
TV	27	19,4%	96,40%
Frigobar	28	20,1%	100,00%
Telefone	28	20,1%	100,00%
Cama Box	27	19,4%	96,40%
Total	139	100,0%	496,40%

Quadro 1- Caracterização das Unidades habitacionais. Fonte: pesquisa direta.

As TVs disponibilizadas nas unidades são, em sua maioria, do tipo LCD (*display* de cristal líquido). Nenhum dos hotéis possui a tecnologia de painéis de plasma (PDP – *plasma display painel*), a qual foi aprimorada na última década para o mercado da televisão de alta definição (HDTV).

A realidade dos hotéis de Fortaleza no quesito serviços de internet é diferente da oferta hoteleira de Natal. Todos os hotéis pesquisados da amostra local fornecem serviços de internet, mas nem todos a usam como estratégia de gerenciamento dos negócios. Uma maioria composta por 26 hotéis possui um portal corporativo.

Um dos hoteleiros pesquisados declarou que gerencia seu hotel a distância usando um dos mais modernos modelos de *smartphone*. Os hotéis disponibilizam o serviço de internet nas unidades habitacionais, bem como *wireless* nas áreas comuns. Esse serviço permite que os hóspedes acessem a internet em seus computadores portáteis e telefones móveis. Assim, pode-se inferir que esse serviço não pode ser mais considerado como um diferencial no mercado hoteleiro.

O recurso da tecnologia é usado também nas unidades habitacionais, conforme pode ser mostrado no Quadro 2.

Tipo de fechadura da unidade habitacional		
	Frequência	Porcentagem
Fechadura inteligente codificada por aproximação (cartão)	3	10,70%
Fechadura eletrônica com sistema magnético de cartão	23	82,10%
Fechadura padrão do tipo chave	2	7,10%
Sistema biométrico – biofinger – home	0	0,00%
Total	28	100,00%

Quadro 2- Tipo de fechadura da unidade habitacional. Fonte: pesquisa direta.

O tipo de tecnologia que prevalece ainda é o sistema de cartão. O sistema de fechaduras magnéticas inclui o *software*, o codificador, o *smart card* e o interruptor de poupança de energia. A tira magnética, como é chamada, não é uma tecnologia nova, mas fornece mais segurança ao hóspede, além de ser um dispositivo de racionalização de consumo de energia nas unidades habitacionais, sobretudo quando o hóspede não se encontra no interior da Uh (quarto).

Buscou-se descobrir, também, o sistema de funcionamento das cortinas. Apenas um hotel dispõe do acionamento automático via controle remoto. Esse sistema de abrir e fechar a cortina de forma automática tem efeito unicamente prático e estético para o hóspede.

3.2 Caracterização das demais áreas sociais, operacionais e administrativas quanto ao uso das novas tecnologias.

A utilização da tecnologia não é percebida apenas pelos equipamentos, tais como computadores, fax ou impressoras, mas é comum o emprego de *software*.

Praticamente todos os hotéis pesquisados têm esse recurso e isso é o indicador de que cada vez mais os hotéis necessitam de mecanismos que lhes possibilite exatidão e eficiência operacional. Em geral esses *softwares* possibilitam a conectividade entre setores e comunicação de dados e informações.

Adoção de instrumentos tecnológicos			
	Frequência	Porcentagem	Percentual acumulado
Computadores	28	17,20%	100,00%
Fax	27	16,60%	96,40%
Impressoras	27	16,60%	96,40%
Aplicativos de hotelaria (software)	27	16,60%	96,40%
Home Page (site na internet)	26	16,00%	92,90%
Serviço de Wireless nas áreas comuns	28	17,20%	100,00%
Total	163	10000,00%	582,10%

Quadro 3- Adoção de instrumentos tecnológicos.

Fonte: pesquisa direta.

Os *softwares* são soluções inteligentes que agilizam as rotinas do hotel, pois fornecem relatórios que facilitam o processo de gerenciamento. Praticamente todos os hotéis pesquisados têm esse recurso e isso é indicador de que, cada vez mais, os hotéis necessitam de mecanismos que lhes possibilitem exatidão e eficiência operacional. Em geral, esses *softwares* possibilitam a conectividade entre setores e a comunicação de dados e informações.

A busca pela eficiência via tecnologia foi identificada nos dispositivos de transportes em pouquíssimos hotéis. Apenas 5 deles possuem um sistema alfanumérico que aciona o funcionamento do elevador. Para eles, o equipamento funciona como elemento ativo de segurança.

O uso das novas tecnologias foi investigado também no serviço da lavanderia. Do total, 24 hotéis afirmaram não possuir máquina econômica de passar roupas. A máquina que passa a roupa automática usa o vapor e difere totalmente da forma convencional. Não se pode afirmar nada a respeito dessa resposta, pois não se sabe se esses hotéis terceirizam o serviço de lavanderia.

A iluminação das áreas sociais é controlada por um sistema Android em apenas 10 dos 28 hotéis. Esse sistema permite controlar a iluminação, criar cenários e dimerizar luzes. Outra forma de automação é pesquisada: o sistema de irrigação das áreas verdes. Pode-se perceber, pelos dados coletados, que essa ainda não é uma preocupação dos

hotéis, pois apenas 3 adotaram esse modelo. Não se sabe se esse dado é devido ao fato de a maior parte da amostra ter sido composta por hotéis verticais.

Outro setor pesquisado foi a cozinha. Todos os hotéis de Fortaleza fornecem serviço de café da manhã, terceirizado ou não. No mercado brasileiro, é comum a oferta desse serviço nos hotéis. Buscou-se verificar o uso de coifas nas cozinhas. Observou-se que a maioria, representada por 19 hotéis, utiliza coifas com um sistema de autolimpeza, aspiração de vapores e gorduras, e aspersão de água natural. Ainda nesse setor, obteve-se que a maioria dispensa a lava-louça automática.

Um dos objetivos específicos da pesquisa é avaliar as vantagens e os efeitos dos modernos recursos tecnológicos. Foi perguntado se a adoção da tecnologia trouxe vantagens, mas nem todos os participantes responderam à pergunta. Dos respondentes, a maior parte considera que ela oportunizou benefícios a hotelaria.

Quando perguntados sobre a concentração da automação nos hotéis, as respostas foram as mais diversas. A recepção foi classificada como o setor que mais faz uso dos recursos, seguido pelo setor de eventos, *business center*, manutenção, administrativo, restaurante, unidades habitacionais e diretoria. A seguir, os depoimentos dos respondentes apresentando as razões e os setores onde o índice de automação é maior.

“O front desk (recepção) – software integrado à administradora hoteleira da rede da qual fazemos parte. Todos os computadores em rede interna. Procedimentos gerais registrados e salvos permitem um maior controle e segurança da atuação da recepção”.

“É na recepção que há uma maior utilização de tecnologia, pois é aqui que se concentram os problemas e as soluções”.

“É no setor de eventos, pois é lá que tem menos erros”.

“É no setor de alimentos, pois, com a automação deste,

podemos prestar serviços de alta qualidade a custos razoáveis”.

“Também se pode perceber [que] na área de hospedagem temos produtos que proporcionam maior conforto, como TV de LCD 40”, internet wireless gratuita em todo o hotel, fechaduras IRF de aproximação e outras tantas facilidades”.

“Todos os apartamentos possuem um pouco de automação. Cada apartamento com suas peculiaridades, atendendo às necessidades dos clientes e trazendo benefícios também para os colaboradores.

“O setor mais automatizado é a diretoria, pois todas as decisões são on-line”.

Diante dos resultados encontrados, percebe-se que a maior parte dos hotéis de Fortaleza adota, de forma significativa, as modernas tecnologias nos mais variados setores. Essa estratégia está produzindo benefícios, tais como comunicação entre setores, agilização e eficiência no atendimento, comodidade e facilidade para os hóspedes, e praticidade nas tarefas operacionais.

4 Considerações Finais

Pretendeu-se avaliar a adoção das novas tecnologias e suas formas de disponibilização para os clientes, verificando os prováveis benefícios resultantes dessa prática. O que se pode concluir a esse respeito é que os hotéis locais, tanto executivos como os de lazer, entendem a importância da automatização dos seus equipamentos.

Comparada aos hotéis americanos, pode-se dizer que a hotelaria de Fortaleza, no quesito automação, é bem inferior se tiver como referência o nível dos equipamentos que facilitam os processos burocráticos e operacionais, bem como proporcionam maior conforto à clientela.

Na prática, a automação pode ser percebida no uso de computadores, serviços de internet, *wireless* nas áreas sociais,

fechaduras com cartões magnéticos, coifas com sistema de autolimpeza, elevadores com sistema alfanumérico e *softwares* que permitem a conectividade entre setores. As novas tecnologias são empregadas nos mais diversos setores e os responsáveis avaliam de forma positiva a inserção da automação no equipamento, pois tem resultado benéficos, tais como eficiência operacional e praticidade para o hóspede.

A inclusão digital é uma necessidade e a internet tem sido uma ferramenta básica e estratégica na divulgação do produto hoteleiro, na comunicação com os clientes e fornecedores e na gestão dos negócios de uma forma geral.

Dada a limitação da participação dos respondentes nas perguntas abertas, bem como a ausência do gerente geral como elemento principal da pesquisa, não se pode afirmar com total certeza quais setores são os mais automatizados. Como a maior parte dos questionários foi respondida pelos encarregados da recepção, este é, na percepção dos respondentes, o setor que mais se utiliza das novas tecnologias.

Referências

ANALISE conjuntural dos investimentos hoteleiros no Brasil. *Boletim HVS Brasil*. Disponível em: <<http://pt.hvt.com>>. Acesso em: 20 maio 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HOTEIS. *História e estatísticas*. Disponível em: <<http://www.abih.com.br/principal>>. Acesso em: 10 abr. 2010.

CÂNDIDO, Índio; VIEIRA, Elenara Vieira de. *Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços*. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

DUARTE, Vladoir Vieira. *Administração de sistemas hoteleiros: conceitos básicos*. São Paulo: Senac, 1997.

OS HOTEIS inteligentes. Disponível em: <<http://hotelariadequalidade.blogspot.com/2010/07/os-hoteis-inteligentes.html>>. Acesso em: 24 maio 2011.

JACOB, Caio Sergio Calfat. *Perspectivas do mercado hoteleiro e residencial brasileiro*. Disponível em: <<http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=6899>>. Acesso em: 13 maio 2010.

MAIS modernos e inteligentes, os hotéis se multiplicam no Brasil. Disponível em: <<http://www.siemens.com.br/templates/coluna1.aspx?channel=2747>>. Acesso em: 24 maio 2011.

MENDES FILHO, Luis Augusto Machado; RAMOS, Anátalia Saraiva Martins. *A internet como novo paradigma tecnológico e organizacional da gestão hoteleira*: uma seleção de serviços e aplicações utilizado pelos hotéis. Disponível em: <<http://www.revistafarn.inf.br/revistafarn/index.php/revistafarn/article/viewFile/57/66>>. Acesso em: 23 maio 2011.

MENDES FILHO, Luiz Augusto Machado; Ramos, Anátalia Saraiva Martins. *Panorama e impactos decorrentes da utilização da internet na hotelaria*: um estudo de múltiplos casos em hotéis de Natal-RN. Disponível em: <<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAescEAD/panorama-impactos-decorrentes-utilizacao-internet-na-hotelaria>>. Acesso em: 22 maio 2012.

MINISTRO convida hoteleiros alemães para investir no Brasil. *Jornal Brasilturis*. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20100427-4.html>. Acesso em: 2 maio 2010.

NACIF, Luis Henrique Roevenstrunk. *A alta tecnologia e a indústria hoteleira*: como será o quarto do futuro. Disponível em: <http://bdm.bce.unb.br/bitstream/10483/394/1/2004_LuizHenriqueNacif.pdf>. Acesso em: 23 maio 2011.

PANORAMA da hotelaria brasileira 2009/2010. *Boletim HVS Brasil*. Disponível em: <<http://pt.hvt.com>>. Acesso em: 28 maio 2010.

PHILLIPS, P. A.; MOUTINHO, L. *Strategic planning systems in hospitality and tourism*. Wallingford, UK: CAB Internacional, 1998.

REDES hoteleiras intercity chega a 14 hotéis em 10 anos. Disponível em: <<http://www.jornaldeturismo.com.br/noticias/9-hotelaria/16833->

executivos- aprovam-o-conceito-de-hoteleria-inteligente.html>. Acesso em: 22 maio 2011.

SECRETARIA DO TURISMO DO ESTADO DO CEARA. *Estatísticas e pesquisas*. Fortaleza, 2012. Disponível em: <<http://www.setur.gov.ce.br>>. Acesso em: 20 maio 2012.