



Área: Turismo

GASTRONOMIA E HOSPITALIDADE: AS RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE NO RESTAURANTE E LANCHONETE DA LURDES EM NOVA CANTU – PR

FAMELI, TIAGO¹

MONTEIRO, SIMONE VASSALLO²

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho objetivou apresentar uma reflexão acerca da hospitalidade nos serviços de Alimentos & Bebidas (A&B), um estudo de caso no Restaurante e Lanchonete da Lurdes no município de Nova Cantu – PR. O trabalho visou apreciar possíveis melhorias à ambientação e à prestação de serviços incidindo em uma melhor experiência e satisfação para os clientes, como maior eficiência no atendimento dos funcionários para tornar o restaurante mais competitivo. Com base em uma discussão teórica preliminar, foram abordados os conceitos referentes ao turismo e um breve contexto histórico, a hospitalidade e a relação dos alimentos e bebidas no turismo. Como resultado obtido através de questionários com os clientes do restaurante concluiu-se que há pontos a serem melhorados e que há relações de hospitalidades no empreendimento que o tornam hospitaleiro, desta forma destacando-se no mercado.

¹ Acadêmico do Curso de Turismo e Meio Ambiente da Universidade Estadual do Paraná – Campus de Campo Mourão (UNESPAR) – tiago.famelli@hotmail.com

² Professora Mestre do Curso de Turismo e Meio Ambiente da Universidade Estadual do Paraná – Campus da Campo Mourão (UNESPAR) - monteironovo@gmail.com



2 A HOSPITALIDADE COMO FERRAMENTA DIFERENCIAL PARA EQUIPAMENTOS DE A&B.

O turismo é uma atividade realizada desde os primórdios da humanidade por indivíduos que saem de seu lugar de origem por diversas motivações. Tal definição é considerada um dos primeiros conceitos que surge no século XVII na Inglaterra, referido a um tipo especial de viagem (BARRETO, 2003). Na sociedade dos séculos passados o turismo foi interpretado como algo restrito a uma classe elitizada, portadora de alto poder aquisitivo. Na contemporaneidade o turismo é relacionado ao tempo de ócio dos indivíduos que usam o tempo de não serviço para práticas de lazer e deslocamentos temporários.

De acordo com Pakman (2014) a OMT compreende o turismo como sendo:

fenômeno impulsionado pela demanda, refere-se às atividades dos visitantes e a seu papel na aquisição de bens e serviços. Também pode ser considerado a partir da perspectiva da oferta, e nesse caso o turismo passa a ser entendido como um conjunto de atividades produtivas concebidas para atender fundamentalmente os visitantes. (OMT, 1998 *apud* PACKMAN, 2014, p. 18).

Desta forma esta demanda pode ser entendida também como os serviços prestados nos equipamentos de alimentos e bebidas, que são fundamentais para desenvolvimento da atividade turística, tendo em vista que os empreendimentos gastronômicos possuem ligação com o turismo desde os primórdios, quando a princípio eram localizados à margens de estradas tendo como objetivo fornecer alimentos aos viajantes em decorrência das viagens realizadas pela classe elitizada, assim considerada. Com o tempo, os empreendimentos em decorrência das exigências de seu público e aumento dos viajantes, passaram a se aperfeiçoar tanto na parte alimentícia como nos serviços e na ambientação. No entanto os equipamentos de A&B se tornam expressivos prestadores de serviços no contexto turístico. Neste sentido,



considera-se que o momento das refeições é um momento em que o indivíduo “deseja uma comida gostosa e uma atendimento impecável, mas é possível que também desejem ser vistas e conviver com outras pessoas” (CASTELLI, 2005, p.205). Sendo assim os clientes a cada dia se tornam mais exigentes, buscam por serviços de qualidade, atenção, cordialidade e um ambiente agradável.

Turistas mais exigentes resulta na busca por serviços diferenciados, principalmente relacionado à alimentação, onde busca-se um serviço amigável, a atmosfera amena e a abundância de comida (WALKER, 2002).

A hospitalidade como é considerada um ato de acolhimento, afabilidade, cortesia, gentileza e amabilidade (DIAS, 2002; CASTELLI, 2003; CAMARGO, 2007), é empregada nos equipamentos de A&B para cativar os clientes e proporcionar uma experiência que corresponda às suas necessidades. Compete aos gestores dos empreendimentos uma visão diferenciada de mercado para compreender as necessidades de seus clientes, pois é indispensável estar antenado para as perspectivas que os mesmos possuem em relação aos serviços do equipamento. É necessário oferecer um espaço adequado, que seja aconchegante para que o cliente se sinta à vontade, com atendimento de profissionais aptos a desempenhar a desempenhar a função.

O termo hospitalidade deriva de uma antiga palavra de origem francesa *hospice* e significa dar ajuda, albergue, dar abrigo aos viajantes, para alguns autores, a ideia de hospitalidade é tão antiga quanto a civilização (WALKER, 2002). O termo tal como é usado hoje, teria aparecido pela primeira vez na Europa, provavelmente no início do século XIII e designava hospedagem gratuita, atitude caridosa oferecida aos viajantes da época.

3 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO

O estudo do presente trabalho foi realizado no Restaurante e Lanchonete da Lurdes, um empreendimento de pequeno porte, que conta com diversificação de serviços como café



da manhã, almoço, jantar, lanches, porções, pizzas, aos domingos churrasco, frango assado e bebidas em geral. Trabalha com os serviços de *self-service* e *marmitex*, com um cardápio diversificado. Conta com uma equipe de 7 funcionários, sendo administrado de forma familiar. A empresa se encontra localizada no município de Nova Cantu, na Mesorregião Centro-Occidental Paranaense, que possui uma área de 653 km² e faz limite com os municípios de Campo Mourão, Mamborê, Roncador, Palmital e Campina da Lagoa (IBGE, 2010). O Restaurante e Lanchonete da Lurdes está situado na Avenida Cantu, 253, Térreo – Centro, CEP 87.330-000.

Diante do exposto anteriormente justifica-se a viabilidade de estudo deste trabalho a mudança de habito da população, onde no qual os indivíduos optam por realizarem suas refeições fora de casa em detrimento da falta de tempo para elas mesmas prepararem suas refeições. Assim, buscam um local que facilite essa questão, permitindo assim, que possam se alimentar de maneira a suprir suas necessidades, com agilidade e eficiência e que faça com que o indivíduo se sinta bem. A pesquisa visou apreciar possíveis melhorias à ambientação e à prestação de serviços, incidindo em uma melhor experiência, satisfação para os clientes e maior eficiência no atendimento por parte dos funcionários. Há um mercado altamente competitivo, não havendo mais espaço para amadorismo: os clientes estão a cada dia mais exigentes e conscientes de seus direitos.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho teve como objetivo apreciar os elementos de ambientação e a prestação de serviços de recepção no Restaurante e Lanchonete da Lurdes, objeto deste estudo, visando proporcionar possíveis melhorias à ambientação e à prestação de serviços tornando-os mais hospitalares. Para atingir este objetivo foi desenvolvida uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo, buscando oferecer informações a respeito do turismo e as relações de



hospitalidade nos empreendimentos de A&B. A bibliografia utilizada teve base nas áreas das ciências Humanas e Sociais Aplicadas, com destaque para o Turismo e a Hospitalidade. O método aplicado a este trabalho foi o monográfico, e os dados foram obtidos através da aplicação de formulários. Durante o período de 29 de setembro a 2 de outubro de 2016 foram aplicados 30 (trinta) questionários contendo 8 (oito) questões, em cada questão 4 (quatro) alternativas, onde poderia ser assinalado excelente, bom, regular ou péssimo. O intuito da aplicação do questionário foi de identificar se o equipamento é atrativo, acessível e hospitaleiro para com os seus cliente, quais são as principais motivações da preferência do cliente pelo mesmo e verificar a satisfação em relação à ambiência e aos serviços do equipamento em questão. Para avaliar os resultados dentro de um contexto dinâmico na percepção dos clientes em relação ao objeto de estudo os resultados foram, portanto, dispostos de forma descritiva.

5 RESULTADOS

Com a relação aos resultados, 47% dos clientes que frequentaram o empreendimento foram motivados pelo buffet; do total de entrevistados, 53% disseram que frequentavam mais de 24 vezes por mês, sendo que 60% dos clientes estavam muito satisfeitos com relação à prestação de serviços no restaurante. Em relação ao acolhimento do empreendimento, 40% responderam que é regular, 87% responderam que a localização é excelente. No quesito acessibilidade 43% concordam que o espaço é excelente, a higiene e limpeza são avaliadas por 48% como excelente, e 34% notam que a ambientação do espaço é excelente.



6 CONCLUSÃO

Concluiu-se que o objeto de estudo é competitivo com relação à suas potencialidades e limitações, mostrando-se, conforme os dados expostos anteriormente, hospitaleiro, mas dividindo opiniões dos clientes por se tratar de um estudo de caso onde o público é diversificado, possuindo aceitação positiva na maioria das vezes no equipamento de A&B.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Margarita. **Manual de Iniciação ao estudo do turismo**. 13.ed. Campinas: Papyrus, 2003.

CAMARGO, L.O.L. A pesquisa em hospitalidade. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2008, Natal. Anais. Natal. 2007.

CASTELLI, G. **Hospitalidade**: na perspectiva da gastronomia e da hotelaria. São Paulo: Saraiva, 2005.

DIAS, Célia M. M. (Org.). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). CENSO 2010. Disponível em <http://censo2010.ibge.gov.br/> > Acesso em: 27/07/2016.

PAKMAN, Elbio Troccoli. **Sobre as definições de turismo da OMT**: uma contribuição à História do Pensamento Turístico, 2014. Anais ANPTUR 2014. Disponível em: www.anptur.org.br. Acesso em: 04/09/2015.

WALKER, John R. **Introdução à hospitalidade**. Tradução Élcio de Gusmão Verçosa Filho. Barueri: Manole, 2002.